

## PERBEDAAN PENJUALAN SEBELUM DAN MASA PANDEMI COVID-19 PADA PT. PINUS MERAH ABADI

Angga Aprian Toni  
Universitas Muhammadiyah Bengkulu  
[Anggaaprian184@gmail.com](mailto:Anggaaprian184@gmail.com)

This study aims to find out how the company's sales were before and during the Covid-19 pandemic. Is there a significant difference from the company's operations?. Can good and efficient or effective company sales contribute positively to the company? Based on the results of research that has been done about Analysis of Differences in Company Sales PT. Pinus Merah Abadi Before and During the Covid-19 Pandemic can be summarized as follows: 1. In 2019 before the covid-19 pandemic the total sales of PT Pinus Merah Abadi's wafers amounted to 3,929 (million rupiah) with an average annual sales of 327.41 (million rupiah). 2. Whereas in 2020, after the Covid-19 pandemic, PT Pinus Merah Abadi's total sales amounted to 3,554 with an average annual sales of 296.16 (million rupiah).

There is a significant difference between the sales of the company PT Pinus Merah Abadi, both before the Covid-19 pandemic and during the Covid-19 pandemic. From the results of the research using the different t test above, it is proven that there is a significant difference between sales results in 2019 and 2020.

**Keywords:** Company Sales, Before and During the Covid-19 Pandemic.

### PENDAHULUAN

Kasus Covid-19 muncul pertama kali di Wuhan, China, pada akhir tahun 2019 penyebaran pandemi virus ini begitu cepat dari manusia ke manusia, dari suatu negara ke negara lain, sehingga menyebar keseluruh dunia termasuk Indonesia. Pada mulanya salah satu peneliti dari China menemukan bahwa virus ini berasal dari hewan yaitu kelelawar, hal itu diketahui bahwa penduduk china hobi memakan makanan yang “eksotik” seperti kelelawar, babi, anjing, dan hewan-hewan ekstrim lainnya, tetapi penelitian ini perlu ditindak lanjuti karena untuk mengetahui riwayat penderita pernah berinteraksi dengan satwa liar.

Indonesia mengkonfirmasi kasus pertama Covid-19 berasal dari kota Depok, Jawa Barat yang disampaikan oleh presiden RI Ir. Joko Widodo pada tanggal 2 Maret 2020 di Istana kepresidenan. Dua orang yang dinyatakan positif ini diketahui adalah ibu dan anak yang tertular akibat kontak dengan warga negara Jepang yang berada di Indonesia dan warga negara tersebut baru diketahui positif Covid-19 setelah meninggalkan Indonesia. Hingga saat ini, Indonesia sudah mengkonfirmasi kasus positif mencapai 174,796 dimana sebanyak 125,959 dinyatakan sembuh 7,417 meninggal, dan 172.053 negatif, pemerintah Indonesia melakukan beberapa pencegahan untuk mengurangi persebaran covid-19 diantaranya melakukan *social distancing*, membatasi jam angkutan operasional umum, isolasi dirumah, *work from home*, dan *school from home*. Kebijakan yang mendapat banyak perhatian adalah *work from home* kebijakan ini menerima berbagai macam sambutan dari berbagai perusahaan. Perusahaan travel dan wisata misalnya, kebijakan ini merupakan suatu cobaan besar bagi sebagian besar karyawannya dikarenakan banyak perjalanan wisata yang harus batal akibat dari pandemi ini dan secara otomatis perusahaan harus mengembalikan biaya peserta perjalanan wisata. Bekerja dirumah menambah kesulitan yang harus dirasakan perusahaan travel dan wisata karena dengan adanya pandemi ini banyak masyarakat yang mengurungkan niatnya untuk pergi traveling atau berlibur sehingga kebijakan bekerja dirumah membuat perusahaan

yang bergerak dibidang ini mengalami kerugian yang signifikan. Lain hal nya dengan perusahaan telekomunikasi, perusahaan yang bergerak dibidang ini malah meraup keuntungan dari adanya kebijakan bekerja dari rumah.

Dengan adanya kebijakan bekerja dirumah, semua pekerjaan yang harus diselesaikan akan diserahkan melalui surat elektronik seperti email, yahoo, ataupun fax dimana untuk mengaksesnya harus memiliki jaringan internet ,maka dari itu setiap pekerja yang belum memasang jaringan internet dirumahnya akan melakukan pemasangan jaringan internet demi kelancaran pekerjaan. Namun tidak sedikit pula perusahaan yang akhirnya harus gulung tikar akibat adanya kebijakan ini. Praktik WFH (*work from home*) selama ini lebih banyak diterapkan pada perusahaan berbasis teknologi informasi (TI) atau start-up dan cenderung lebih disukai oleh generasi milenial saat ini, dengan kebijakan work from home dari pemerintah yang disampaikan pada tanggal 13 maret 2020 ini, seluruh perusahaan BUMN maupun swasta harus merumahkan para karyawannya untuk bekerja dirumah pada beberapa perusahaan kebijakan ini tidak mengalami kendala atau permasalahan namun beberapa perusahaan yang umunya melayani jasa,perusahaan investor dan penjualan dan distribusi merasakan dampak yang cukup signifikan akibat kebijakan ini.

Salah satu perusahaan yang merasakan dampak yang cukup signifikan yaitu PT. Pinus Merah Abadi yang bergerak dibidang penjualan dan distribusi makanan dan minuman yang mengharuskan perusahaan tetap mempertahankan penjualannya untuk keberlangsungan hidup perusahaan dan untuk mempertahankan hubungan yang telah dijalin dengan konsumen meskipun pada masa pandemi Covid-19 yang mana pemerintah telah menetapkan suatu kebijakan untuk *work from home* (WFH). Pengelolaan aktivitas distribusi merupakan salah satu bidang dalam strategi pemasaran yang ditujukan untuk meningkatkan penjualan. Strategi distribusi ini dilakukan untuk menunjang laju perusahaan yang berkelanjutan , sebagai sebuah instrumen strategi, kebijakan tentang saluran distribusi dapat digunakan untuk memperkuat kemampuan bersaing suatu perusahaan. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa semakin tinggi intensitas distribusi yang diterapkan, maka akan semakin kokoh kekuatan yang dimiliki dan semakin besar kemungkinan barang atau jasa yang ditawarkan dapat dijual pada pasar target tertentu (Ferdinand, 2000).

Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan aktivitas saluran distribusi yang baik dan membawa manfaat positif berupa peningkatan penjualan produk. Berkaitan dengan pentingnya pengelolaan saluran distribusi tentunya tidak terlepas dari kualitas hubungan saluran distribusi itu sendiri. Terjalin hubungan yang baik antara perusahaan dan distributornya akan membantu perusahaan dalam menggali keinginan konsumen dengan memanfaatkan kedekatan distributor dengan instrumen. Sekarang ini dunia usaha telah memasuki era kompetisi jaringan, dimana keuntungan akan mengalir keperusahaan yang memiliki struktur yang lebih baik, kordinasi, dan pengelola hubungan dengan rekan kerja dalam satu jaringan, dengan tujuan untuk dapat memujudkan hubungan yang lebih baik, lebih cepat dan lebih dekat dengan pelanggan.

Suatu keberhasilan melalui kerjasama dicapai melalui peningkatan kinerja perusahaan yang dilandasi dengan hubungan baik (Parsons 2006). Lebih lanjut Parson menyimpulkan bahwa kualitas hubungan yang baik tidak hanya bentuk dari hubungan saja yang harus diperhatikan, melainkan diperlukan perluasan pandangan pada hal-hal lain diantaranya dari bentuk hubungan itu sendiri atau praktek chanel. Kerjasama pada dasarnya merupakan bentuk kemauan kedua belah pihak (perusahaan dengan distributor) untuk melakukan upaya koordinasi demi mendapat hasil yang baik ,kerjasama yang baik harus dibina secara efektif untuk menghindari kemungkinan timbulnya konflik atau terciptanya ketidakpastian. Dengan mengacu pada hubungan pemasaran, dapat dimengerti bahwa unsur kerjasama menjadi unsur yang sangat penting, kedua belah pihak akan mulai bekerja untuk saling menerima dan memberi.

Morgant dan Hunt (1994) menyatakan bahwa untuk kerjasama antar jaringan dapat meningkatkan kemampuan perusahaan untuk bertahan dan memenangkan persaingan dalam kompetisi. Hal inilah yang ingin dipertahankan dan diperjuangkan oleh PT. Pinus Merah Abadi dimana pada pandemi seperti sekarang ini perusahaan tetap beroperasi demi menjalin dan menjaga hubungan perusahaan terhadap para distributornya dan untuk memenuhi sasaran-sasaran perusahaan yang dapat menghantarkan nilai positif.

Berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penjualan perusahaan sebelum dan sesudah pandemi Covid-19. Apakah ada perbedaan yang signifikan dari operasional perusahaan?. Apakah penjualan perusahaan yang baik dan efisien atau efektif dapat berkontribusi positif terhadap perusahaan?. Maka dari itu penulis bermaksud melakukan penelitian yang berjudul Analisis Perbedaan Penjualan Sebelum dan Masa Pandemi Covid-19 Pada PT.Pinus Merah Abadi.

## **METODE**

### **Objek dan Subjek Penelitian**

Objek dan Penelitian ini adalah kinerja perusahaan PT. Pinus Merah Abadi pada tahun 2019 dan tahun 2020. Sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah perbedaan sebelum dan sesudah pandemi Covid-19 pada PT.Pinus Merah Abadi pada tahun 2019 dan tahun 2020.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Data adalah catatan atas kumpulan fakta. Data merupakan bentuk jamak dari datum, berasal dari bahasa latin yang artinya “sesuatu yang diberikan” dalam penggunaan sehari-hari data berarti suatu pernyataan yang diterima secara apa adanya. Data adalah deskripsi dasar dari benda, peristiwa, aktivitas dan transaksi yang direkam, dikelompokkan, dan disimpan tetapi belum terorganisir untuk menyampaikan arti tertentu (Turban, 2010). Menurut Inmon (2005), data adalah kumpulan dari fakta, konsep atau indruksi pada penyimpanan yang digunakan untuk komunikasi, perbaikan atau diproses secara otomatis yang mempresentasikan informasi yang dapat dimengerti oleh manusia .

Data adalah fakta mentah, observasi atau kejadian dalam bentuk angka atau simbol khusus (Mills 1984) data diperlukan untuk menjawab masalah penelitian untuk megkaji hipotesis yang sudah dirumuskan. Data merupakan hasil pencatatan suatu penelitian baik yang berupa angka maupun fakta yang dijadikan bahan untuk menyusun informasi.

### **Metode Analisis Data**

#### **Uji Beda t-Test**

Uji beda T-Test adalah pengujian menggunakan distribusi t terhadap signifikansi perbedaan nilai rata-rata tertentu dan kelompok sampel yang tidak berhubungan. Adapun kasus penelitian ini menggunakan uji beda *paired sample* T-Test adalah pengujian yang dilakukan terhadap dua sampel yang berpasangan. Sampel yang berpasangan dapat diartikan sebagai sampel dengan subjek yang sama namun mengalami dua treatment atau perlakuan yang beda (Budi, 2006).

**Tabel 1**  
**Alat Ukur**

No	Komponen	Keterangan
1.	Uji statistik untuk pengujian hipotesis berpasangan dinyatakan sebagai berikut:  $t = \frac{X_1 - X_2}{s\sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$	$X_1$ = nilai rata-rata kumpulan data pertama $X_2$ = nilai rata-rata kumpulan data kedua $n_1$ = jumlah ulangan atau data kumpulan data pertama $n_2$ = jumlah ulangan atau data kumpulan kedua
2.	Dan standar deviasi (s) dirumuskan sebagai berikut :  $S = \frac{(n_1 - 1) S_1^2 + (n_2 - 1) S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}$	$S$ = standar deviasi atau variansi

Hasil uji pada *paired sample T-Test* ditentukan oleh nilai signifikansinya. Apabila nilai signifikansinya (*2-tailed*) < 0.05 menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara *variable* awal dengan *variable* akhir, maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang bermakna terhadap perbedaan perlakuan yang diberikan pada masing-masing *variable*. Namun, apabila nilai signifikansi (*2-tailed*) > 0.05 menunjukkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara *variable* awal dengan *variable* akhir, sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh yang bermakna terhadap perbedaan perlakuan yang diberikan pada setiap *variable*. Sementara pengambilan keputusan pada *independent sample T-Test* menggunakan perbandingan nilai t hitung dengan bantuan tabel t. Apabila hasil t hitung < t tabel, maka dapat disimpulkan terdapat perbedaan rata-rata antar 2 kelompok data tersebut. Namun, apabila hasil t hitung  $\geq$  t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan atau rata-rata antara 2 kelompok data tersebut adalah sama.

### Uji Hipotesis

Ha : terdapat perbedaan yang signifikan antara hasil penjualan tahun 2019-2020.

Ho : tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara hasil penjualan tahun 2019 dan 2020.

### HASIL

#### Uji t Tes

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan melihat nilai probabilitasnya.

**Tabel 2**  
**Tabel kerja uji t**

Tahun 2019 $X_1$	$X_1^2$	Tahun 2020 $X_2$	$X_2^2$
330	108.900	323	104.329
326	106.276	320	102.400
332	110.224	286	81.796
340	115.600	270	72.900
331	109.561	274	75.076
327	106.929	280	78.400
323	104.329	283	80.089
318	101.124	285	81.225
321	103.041	293	85.849
325	105.625	307	94.249
328	107.584	314	98.596
328	107.584	319	101.761
$\sum X_1 = 3.929$	$\sum X_1^2 = 1.286.777$	$\sum X_2 = 3.554$	$\sum X_2^2 = 1.056.643$

Sumber data : data diolah, 2022

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan Microsoft exel, diperoleh nilai rata-rata dari data penjualan selama 12 bulan tersebut  $X_1 = 327,41$  (tahun 2019) dan  $X_2 = 296,16$  secara kasat mata sudah dapat dilihat perbedaan dari kedua data penjualan tersebut. Tetapi untuk lebih memperjelas perbedaan antara kedua data tersebut perlu melakukan uji t-Test, akan tetapi sebelum melakukan uji t-Test harus terlebih dahulu mengetahui simpangan standar deviasi  $S_1$  dan  $S_2$  terlebih dahulu yang dirumuskan sebagai berikut :

$$S_1^2 = \frac{\sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n}}{n - 1} = \frac{1.286.777 - \frac{15.437.041}{12}}{12 - 1}$$

$$S_1^2 = \frac{1.286.777 - 1.286.420,08}{11} = \frac{356,92}{11}$$

$$S_1^2 = 32,44$$

$$S_2^2 = \frac{\sum X_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{n}}{n - 1} = \frac{1.056.670 - \frac{12.630.916}{12}}{12 - 1}$$

$$S_2^2 = \frac{1.056.643 - 1.052.576,33}{11} = \frac{4.066,67}{11}$$

$$S_2^2 = 369,69$$

$$S = \sqrt{\frac{(n_1 - 1) S_1^2 + (n_2 - 1) S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}}$$

$$S = \sqrt{\frac{(12 - 1) 32,44^2 + (12 - 1) 369,69^2}{12 + 12 - 2}}$$

$$S = 282,68$$

Setelah dihitung menggunakan microsoft exel diketahui bahwa nilai  $S$  (deviasi) adalah 282,68. Sehingga dapat dilakukan uji beda t-Test menggunakan rumus :

$$t = \frac{X_1 - X_2}{S \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}} = t = \frac{3.929 - 3.554}{282,68 \sqrt{\frac{1}{12} + \frac{1}{12}}}$$

$$t = \frac{375}{282,68 \sqrt{\frac{2}{12}}}$$

$$t = 3.31$$

Berdasarkan perhitungan manual menggunakan Microsoft exel dapat diketahui nilai  $t = 3.31$ .

Uji sampel Independen *T-test* dengan metode SPSS, Uji independent sampel T-test digunakan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan rata-rata 2 sampel yang berpasangan.

### Uji Hipotesis

Ha : terdapat perbedaan yang signifikan antara hasil penjualan tahun 2019 dan 2020.

H0 : tidak terdapat perbedaan yang signifikan hasil penjualan tahun 2019 dan 2020.

Dari hasil penelitian dengan uji beda t test di atas terbukti bahwa terdapat perbedaan signifikan antara hasil penjualan tahun 2019 dan 2020. Hal ini berdasarkan hasil uji yaitu  $t$  hitung = 3.31 >  $t$  tabel 1.782 pada taraf signifikansi 5%. Hal ini menggambarkan bahwa kinerja perusahaan PT Pinus Merah Abadi terdapat perbedaan yang signifikan antara tahun 2019 dan tahun 2020.

**Tabel 3.**  
Hasil Uji Statistik Deskriptif

		Group Statistics			
Tahun		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Data Penjualan	2019	12	327	5.69622	1.64436
	2020	12	296	19.29123	5.56890

Table pertama group statistik menjelaskan tentang *statistic deskriptif* dari data penelitian yang sudah diolah yang mana menjelaskan rata-rata tentang penjualan pada tahun 2019 dan 2020. Kolom N menjelaskan data yang diambil selama 12 bulan pada tahun 2019

datanya sebanyak 3.2742E2 dan untuk tahun 2020 sebanyak 2.9617E2 kemudian untuk standard deviasi pada tahun 2019 sebesar 5.69622 dan untuk tahun 2020 sebanyak 19.29123.

Kemudian untuk melihat perbandingan penjualan antara tahun 2019 dan tahun 2020 dapat dilihat pada tabel independent sampel test untuk menilai signifikansi dilihat pada tabel *equal variances assumed* merupakan hasil dari uji parametrik untuk *independent sampel test* diperoleh nilai pada tabel sig2-tailed yaitu 0.000. jika nilai signifikansi (2-tailed) < 0,05, maka terdapat perbedaan yang signifikan antara hasil penjualan tahun 2019-2020 dan jika nilai signifikansi (2-tailed) > 0,05, maka tidak terdapat perbedaan yang signifikan < 0,05 maka tidak terdapat perubahan yang signifikan antara hasil penjualan tahun 2019-2020.

Sehingga dari hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 16 dapat diketahui bahwa nilai signifikannya sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05, maka pada penelitian ini terdapat perbedaan yang signifikan antara hasil penjualan tahun 2019 dan 2020

## PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian terbukti bahwa terdapat perbedaan yang signifikan terhadap kinerja penjualan perusahaan PT Pinus Merah Abadi sebelum dan masa pandemi covid-19 antara tahun 2019 dan tahun 2020. Hal ini terlihat dari rata-rata penjualan pada tahun 2019 jauh lebih tinggi jika dibandingkan dengan masa pandemi 2020 yang sedang berkecamuk.

Hal ini wajar terjadi karena pada masa pandemi geliat perekonomian baik secara nasional, international dan lokal mengalami pasang surut yang luar biasa akibat pandemi. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian dari Imam Wibowo (2011) yang berjudul “*Balanced scorecard* sebagai pengukuran kinerja PT. Jansen” dan hasil penelitian Candra Kurniawan dan Vera Despa Aruanti (2018) yang berjudul “Analisis Kinerja Keuangan Pada Koperasi Simpan Pinjam Wira Karya Kabupaten Lahat”, serta penelitian Agus Darmawanto (2010) yang berjudul “Pengukuran kinerja dengan *scorecard* pada PT. Sepatu Asia”.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang Analisis Penjualan Perusahaan PT. Pinus Merah Abadi Sebelum dan Sesudah Pandemi Covid-19 dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pada tahun 2019 sebelum pandemi covid-19 total penjualan wafer PT Pinus Merah Abadi sebesar 3.929 (juta rupiah) dengan rata-rata penjualan pertahun sebesar 327,41 (juta rupiah).
2. Sedangkan pada tahun 2020 sesudah pandemi covid-19 total penjualan PT Pinus Merah Abadi yaitu sebesar 3.554 dengan rata-rata penjualan pertahun sebesar 296,16 (juta rupiah).
3. Terdapat perbedaan yang signifikansi antra kinerja perusahaan PT Pinus Merah Abadi sebelum pandemi dan masa pandemi covid 19. Dari hasil penelitian dengan uji beda t test di atas terbukti bahwa terdapat perbedaan signifikan antara hasil penjualan tahun 2019 dan 2020. Hal ini berdasarkan hasil uji t hitung = 3.31 > t tabel 1.782 pada taraf signifikansi 5%.

## DAFTAR PUSTAKA

Aberle, E.D., J.C. Forrest, Gerrard D.E. and Mills E.W. 2001. *Principles of Meat Science*. Iowa : Kendall/Hunt Publishing Company.

- Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 117-127.
- Charles T. Horngren, 2010. *Akuntansi Biaya, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Ferdinand. 2002. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitman, Lawrence J dan Chad J. Zutter. 2015. *Principles of Managerial Finance*. 14<sup>th</sup> Edition. Global Edition. Pearson Education Limited.
- Imanullah, M., Onsardi, O., Toyib, R., Hidayat, M. T., Wahyudi, I., Abimanyu, A., & Susanto, A. (2021). Pengenalan Website Sekolah Dasar Muhammadiyah 1 Unggulan Dalam Rangka Meningkatkan Mutu Pembelajaran Dan Promosi Sekolah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 4(1), 483-492.
- Khanza, M., Toyib, R. T., & Onsardi, O. (2021). Implmentasi Algoritma Apriori Untuk Meningkatkan Penjualan Handphone di Toko Mardha Cell. *JSAI (Journal Scientific and Applied Informatics)*, 4(2), 221-235.
- Morgan, Robert M and Shelby Hunt.1994. *The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing*. Journal of Marketing 58: 20-38.
- Mulyadi, dan Johny Setiawan, 1999. *Corporate Culture And Performance, Dampak Budaya Perusahaan terhadap Kinerja*. Jakarta : Prenhallindo.
- Mulyadi. 2007. *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Munandar, J. A., & Onsardi, O. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Sumsel Babel Kcp Tanjung Sakti. (*Jems Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 2(1), 43-52.
- Nasution, Dito Aditia Darma., Erlina., & Muda, Iskandar. 2020. *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia*. Jurnal Benefita 5(2) Juli 2020 (212-214).
- Neely, A., Adams, C., & Kennerley, M. 2002. *The Performance Prism: The Scorecard for Measuring and Managing Business Success*. London: Prentice Hall.
- Onsardi, O., Wulandari, K., Fintahiasari, M., & Yulinda, A. T. (2021). Impact Of Service Marketing On Student Decisions. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan)*, 7(2), 234-254.
- Parsons, Wayne. 2006. *Publik Policy: Pengantar Teori dan Praktik Analisis Kebijakan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Rahmawati, R., & Onsardi, O. (2022). Korelasi Mutu Pelayanan Dengan Impulse Buying Konsumen UD. Mantan Karyawan Kota Bengkulu. In *Prosiding Seminar Nasional Business Corporate* (Vol. 1, No. 1, Pp. 23-29).
- Sapitri, L., & Onsardi, O. (2021). The Effect of Brand Image and Product Quality toward Wardah Cosmetics Consumers' Loyalty as A Study on Students Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Bengkulu. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Review*, 1(2), 139-146.
- Sonatasia, D., Onsardi, O., & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. (*Jmmib Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1).
- Srimindarti, Ceacilia. 2004. *Balanced Scorecard Sebagai Alternatif untuk Mengukur Kinerja*. Fokus Ekonomi. Vol. 3, No. 1, April.

- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Suharyadi dan Purwanto. 2009. *Statistika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern Edisi 2 Buku 2*. Jakarta : Salemba Empat.
- Suyadi Prawirosentono. 1999. *Manajemen sumber Daya Manusia ( Kebijakan Kinerja Karyawan), Kiat membangun Organisasi Kompetitif menjelang Perdagangan Bebas Dunia*, Edisi Pertama. Yogyakarta : BPF
- Tangkilisan. 2015. *Manajemen Publik*. Jakarta : Gramedia Widia.
- Teng, Michael. 2002. *Corporate Turnaround: Merawat Perusahaan Sakit Menjadi Sehat Kembali*, alih bahasa oleh Barlian Muhammad. Edisi Kedua. Jakarta: Prenhallindo
- Toyib, R., Onsardi, O., & Muntahanah, M. (2020). Promosi Produk Pertanian Dan Kerajinan Menggunakan Website Serta Pembukuan Sederhana di Desa Sido Dadi Kecamatan Arma Jaya Kabupaten Bengkulu Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 3(1).
- Turban, Efraim & Volonino, Linda. 2010. *Information Technology for Management : Transforming Organization in the Digital Economy (7th edition)*. Wiley. New Jersey.