

**ANALISIS PENJUALAN *ONLINE* PERLENGKAPAN OLAHRAGA
USAHA MIKRO PADA MASA PANDEMI COVID-19**

Muhammad Iqbal Jauhar Hanim, S.Pd., M.Or.¹, Dr. Maisyaroh, M.Pd.²

¹Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia

²Universitas Negeri Malang, Indonesia

Keyword	Abstract
<i>Online Sales Equipment Sport Micro Trade Pandemic</i>	<i>Sales is an important stage for an entrepreneur to make a profit during the COVID-19 pandemic. It also benefits from the opportunity where the demand for sports equipment is always in demand. But in reality, not always the goods sold sell well in the market. This is the concern of researchers about the concept of good sales and in accordance with the current policy of restricting community activities. Selling online is a profitable way to overcome restrictions on community activities in the field. This type of research is descriptive qualitative research with case study research methods. The stages carried out in this research are: (1) topic selection, and research cases, (2) literature study stage, (3) research problem formulation and research focus, (4) data collection stage, (5) data processing stage, (6) Data analysis stage, and (7) Conclusion. The results show that there is an increase in daily online sales of sports equipment every month in the first half of 2021. However, there are days without sales transactions.</i>
Corresponding Author	
<i>Dr. Maisyaroh, M.Pd Universitas Negeri Malang Indonesia Email:maisyaroh.fjp @um.ac.id</i>	

Abstak

Penjualan merupakan tahap penting bagi seorang wirausahawan untuk mendapatkan keuntungan di masa pandemi covid-19. Hal ini juga diuntungkan dengan kesempatan dimana permintaan terhadap perlengkapan olahraga selalu dibutuhkan setiap waktu. Namun pada kenyataannya tidak selalu barang yang dijual laku di pasaran. Hal ini menjadi perhatian peneliti tentang konsep penjualan yang baik dan sesuai dengan kebijakan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat saat ini. Penjualan secara online menjadi cara yang menguntungkan untuk mengatasi pembatasan kegiatan masyarakat di lapangan. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kualitatif deskriptif dengan metode penelitian studi kasus. Tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu: (1) Pemilihan topik, dan kasus penelitian, (2) tahap studi literatur, (3) Perumusan masalah penelitian dan fokus penelitian, (4) Tahap pengumpulan data, (5) Tahap pengolahan data, (6) Tahap analisis data, dan (7) Kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kenaikan penjualan harian secara online perlengkapan olahraga tiap bulannya pada semester pertama tahun 2021. Meskipun demikian terdapat hari tanpa transaksi penjualan.

Kata kunci: Penjualan Online, Perlengkapan Olahraga, Usaha Mikro, Pandemi

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 masih terjadi dan penyebarannya masif di seluruh Indonesia, utamanya Pulau Jawa dan Bali. Corona Virus dikategorikan berbahaya karena menyebabkan kematian bagi penderita yang terindeksi saluran pernapasannya. Untuk merespon hal tersebut Pemerintah Indonesia menetapkan aturan yaitu pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat skala 3 dan 4 di seluruh wilayah Indonesia. Peraturan ini merupakan kelanjutan dari peraturan sebelumnya yaitu pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat darurat. Pandemi mengharuskan setiap individu untuk mengurangi transaksi ditempat secara langsung (Permana, 2021:33). Di tengah pembatasan kegiatan masyarakat tersebut, terjadi tren penurunan penjualan sandang, pangan, dan papan di masyarakat. Akibatnya banyak warga yang memprotes kebijakan pembatasan yang dinilai membatasi gerak mobilitas bekerja. Terdapat lima skema perlindungan dan pemulihan koperasi dan UMKM di tengah pandemi Covid-19, yaitu: (a) pemberian bantuan sosial kepada pelaku usaha sektor UMKM yang miskin dan rentan, (b) insentif pajak bagi UMKM; (c) relaksasi dan restrukturisasi kredit bagi UMKM; (d) perluasan pembiayaan modal kerja UMKM; (d) menempatkan kementerian, BUMN dan Pemerintah Daerah sebagai penyangga produk UMKM; dan (e) pelatihan secara *e-learning* (Sugiri, 2020:82). Peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah sejatinya melindungi masyarakat dan memutus rantai penyebaran virus corona. Sehingga diharapkan angka kematian akibat terinfeksi virus ini dapat diturunkan. Rumah sakit juga tidak lagi penuh dan mampu melayani kebutuhan seluruh masyarakat. Diperlukan perhatian lebih dari pemerintah kepada sektor UMKM sebagai penggerak utama perekonomian bangsa (Bahtiar, 2020:21). Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan kelompok usaha yang paling dapat bertahan ketika terjadi krisis ekonomi. Perkembangan jumlah unit usaha kecil menengah yang terus meningkat, hal ini tentunya akan membuka peluang kerja yang besar sehingga jumlah pengangguran berkurang (Amboningtyas, 2019:47). UMKM pada saat ini sangat berpengaruh besar pada masa pandemi agar bisa menstabilkan perekonomian (Suryani, 2021:1591).

Di tengah melonjaknya kasus penderita positif Covid-19, masyarakat dengan kondisi tubuh yang sehat terus berupaya menjaga ketahanan tubuh mereka agar tetap kuat, salah satunya dengan cara berolahraga. Olahraga memerlukan perlengkapan yang memadai agar dapat dijalankan dengan aman dan nyaman. Toko olahraga menjadi tempat tujuan untuk menambah dan melengkapi perlengkapan yang telah maupun belum dimiliki oleh masyarakat. Pengembangan UMKM digital telah menjadi alternatif penyelamatan sekaligus pengembangan kewirausahaan digital di Indonesia pada masa pandemi Covid-19 (Arianto, 2020:223). Perusahaan yang mengabaikan teknologi dapat dipastikan akan tersingkir (Wulansari 2015:134). Berdasarkan pengamatan peneliti di lapangan, terdapat toko olahraga yang melayani penjualan secara tatap muka (offline) dan ada juga toko olahraga yang melayani penjualan secara daring dengan paket pengiriman barang (online). Kedua jenis pelayanan penjualan ini memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Kelebihan penjualan tatap muka yaitu pembeli dapat berinteraksi langsung dengan penjual dan bertanya jawab mengenai harga dan spesifikasi produk, pembeli dapat langsung mendapatkan barangnya setelah melakukan pembayaran di dalam toko, pembeli dapat mencoba langsung produk yang akan dibelinya. Sedangkan kelebihan dari penjualan online yaitu meskipun diberlakukan penutupan toko karena alasan pemberlakuan pembatasan kegiatan, kegiatan jual beli dapat dilaksanakan daring dan transaksi tetap berjalan, lebih aman karena tidak terjadi tatap muka langsung antara pembeli dengan penjual di masa pandemi serta tidak menghasilkan kerumunan, terdapat variasi pembayaran suatu produk seperti pembayaran dapat dilakukan setelah barang sampai apabila menggunakan sistem cash on delivery.

Penjualan merupakan tahap penting bagi seorang wirausahawan untuk mendapatkan keuntungan di masa pandemi covid-19. Hal ini juga diuntungkan dengan kesempatan

dimana permintaan terhadap perlengkapan olahraga selalu dibutuhkan setiap waktu. Namun pada kenyataannya tidak selalu barang yang dijual laku di pasaran. Hal ini menjadi perhatian peneliti tentang konsep penjualan yang baik dan sesuai dengan kebijakan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat saat ini. Penjualan secara online menjadi cara yang menguntungkan untuk mengatasi pembatasan kegiatan masyarakat di lapangan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui fenomena yang terjadi dalam penjualan online perlengkapan olahraga usaha mikro pada masa pandemi Covid-19. Seperti yang banyak diberitakan melalui media cetak maupun elektronik bahwa banyak toko yang ditutup karena diberlakukan pembatasan pembatasan kegiatan masyarakat skala darurat. Tentu saja hal tersebut berdampak langsung kepada penjualan barang yang menurun. Fenomena tersebut berlaku bagi penjualan toko offline yang melayani langsung pembelinya di dalam toko. Diperlukan upaya untuk memotivasi masyarakat untuk memanfaatkan berbagai peluang usaha seperti UMKM melalui ekonomi kreatif untuk mendukung dan memperkuat ketahanan ekonomi di era *New Normal* di masa Pandemi Covid-19 (Istiatin, 2021:130).

Selanjutnya penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai penjualan melalui online. Pada penjualan online konsumen tidak melihat secara langsung produk yang ditawarkan dalam bentuk fisik melainkan hanya merupakan gambar visualisasi dalam bentuk katalog produk dalam halaman *website* (Himawan, 2014:56). Hal tersebut didasarkan dengan asumsi bahwa penjualan online menjadi semakin diminati setelah banyak toko-toko ditutup akibat pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat. Untuk membuktikan asumsi tersebut peneliti turun ke lapangan dan menemui langsung pemilik dan pengelola toko perlengkapan olahraga “UTM Store” di Kota Malang. Usaha ini termasuk usaha mikro karena omzet penjualan kurang dari 300 juta setiap tahunnya.

METODE

Penelitian ini dilakukan di salah satu usaha mikro toko perlengkapan olahraga “UTM Store” yang dikelola oleh Pak Prasetyo Adi Utomo yang berada di Mulyorejo, Kota Malang. Proses pengambilan data dilaksanakan pada tanggal 3-10 Juni 2021. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk mendeskripsikan penjualan pada Semester I tahun 2021 pada masa pandemi Covid-19 dengan pendekatan analisis SWOT. Sedangkan penelitian ini merupakan jenis studi kasus. Studi kasus dilakukan untuk mendapatkan pengetahuan empiris guna menyelidiki dan meneliti fenomena dalam konteks kehidupan nyata. Penelitian studi kasus diterapkan ketika batas antara fenomena dengan konteks kehidupan nyata cenderung samar, sehingga tidak terlihat begitu jelas, yang harus ditemukan solusinya.

Tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu: (1) Pemilihan topik, dan kasus penelitian, (2) tahap studi literatur, (3) Perumusan masalah penelitian dan fokus penelitian, (4) Tahap pengumpulan data, (5) Tahap pengolahan data, (6) Tahap analisis data, dan (7) Kesimpulan. Keseluruhan tahapan dilakukan secara sistematis, maksudnya berurutan dari tahapan pertama sampai dengan tahap akhir. Dengan demikian dihasilkan data serta hasil penelitian yang runtut, lengkap, dan mudah dipahamai.

Teknik pengambilan data yang dilakukan untuk mendapatkan data primer yaitu dengan melakukan wawancara dengan pelaku usaha dan merekap hasil penjualan selama Semester I Tahun 2021. Sedangkan data sekunder didapatkan melalui beberapa karya ilmiah dari jurnal. Teknik analisis data yaitu menggunakan teori induksi dan reduksi data. Pada teori induksi, data harus terlebih dahulu diperoleh dan teori baru akan dipelajari apabila seluruh data telah diperoleh. Sedangkan dalam tahap reduksi data peneliti tidak menyertakan data yang tidak berkaitan dengan fokus penelitian di dalam artikel.

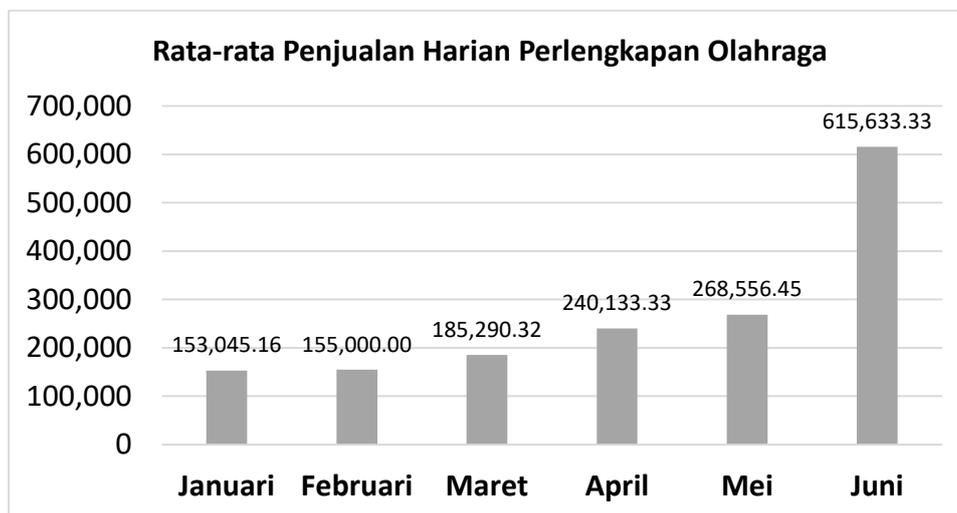
HASIL

Hasil penelitian studi kasus ini yaitu peneliti menyajikan temuan di lapangan mengenai wawancara dengan penjual dan pengelola UTM Store, usaha mikro perlengkapan olahraga. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan langsung data dari pelaku usaha perlengkapan olahraga. Pokok pertanyaan mengacu pada fokus penelitian ini yaitu penjualan secara online perlengkapan olahraga di masa pandemi covid-19. Pokok pertanyaan terdiri dari (1) kendala dalam berjualan online, (2) strategi penjualan online, (3) rencana usaha di masa depan, (4) metode pembayaran pelanggan, (5) tahap penjualan barang, (6) target penjualan produk, (7) pengelolaan barang yang belum terjual, (8) proses pengiriman barang yang dijual, (9) mengelola komplain pelanggan, dan (10) solusi terhadap barang yang habis maupun kosong. Data hasil wawancara secara ringkas disajikan dalam tabel 1.

Tabel 1. Temuan Hasil Wawancara dengan Penjual Perlengkapan Olahraga

Nomor	Pokok Pertanyaan	Jawaban
1.	Kendala penjualan online	Terkadang sepi terkadang ramai.
2.	Strategi Penjualan online	Dengan platform dan iklan online di sosial media
3.	Rencana usaha di masa depan	Menambah jenis barang yang dijual
4.	Metode pembayaran produk	Cash on delivery dan melalui shopee pay
5.	Tahap penjualan barang	Ambil stok barang, packing dan kirim.
6.	Target penjualan produk	Orang dewasa dan anak usia sekolah menengah
7.	Barang yang belum terjual	Disimpan dalam rak gudang.
8.	Pengiriman barang yang dijual	Melalui JNE, JnT, dan Wahana, Si Cepat
9.	Komplain pelanggan	Didengarkan dan dibalas dengan baik.
10.	Stok barang habis atau kosong	Menghubungi rekan penjual lain.

Hasil selanjutnya yaitu tentang rata-rata penjualan harian perlengkapan olahraga dengan sistem online. Rata-rata ini didapatkan dari total seluruh penjualan dalam waktu sebulan kemudian dibagi jumlah hari dalam sebulan. Penyajian data penjualan menggunakan diagram batang. Data disajikan dalam gambar 1 berikut ini.



Gambar 1. Penjualan Online Harian Perlengkapan Olahraga, Semester I 2021

Pada gambar tersebut, tampak bahwa pada semester I tahun 2021 grafik penjualan harian perlengkapan olahraga meningkat setiap bulannya. Dapat dijelaskan bahwa pada bulan januari rata-rata penjualan harian yaitu 153.000 rupiah. Pada bulan february rata-rata penjualan harian yaitu 155.000 rupiah. Pada bulan maret rata-rata penjualan harian yaitu 185.300 rupiah. Pada bulan april rata-rata penjualan harian yaitu 240.100 rupiah. Pada bulan mei rata-rata penjualan harian yaitu 268.500 rupiah. Penjualan paling tinggi

yaitu pada bulan juni rata-rata penjualan harian yaitu 615.600 rupiah. Keseluruhan item produk yang dijual meliputi kaos olahraga, celana pendek, celana panjang impor, celana panjang loka, dan jaket parasut. Hasil wawancara dengan penjual, harga untuk setiap itemnya yaitu untuk kaos olahraga dijual seharga 50.000 rupiah, celana pendek dijual seharga 30.000 rupiah, celana panjang impor dijual seharga 120.000 rupiah, celana panjang lokal dijual seharga 80.000 rupiah, dan jaket parasut dijual seharga 100.000 rupiah. Produk yang paling diminati pelanggan yaitu kaos olahraga dan celana pendek.

PEMBAHASAN

Bagian pembahasan diawali dari rata-rata penjualan harian perlengkapan olahraga. Grafik berbentuk diagram batang yang semakin tinggi, menunjukkan bahwa angka penjualan bertambah setiap bulannya. Faktor pendukung bertambahnya angka penjualan yaitu strategi promosi penjualan yang tepat. Penjual memilih strategi promosi produk melalui iklan di sosial instagram. Faktor lain yaitu maraknya penutupan toko perlengkapan olahraga ditengah pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat di masa pandemi covid-19. Sehingga dapat dijelaskan bahwa pelanggan akan beralih ke sistem toko online. Adanya perasaan aman karena tidak berinteraksi langsung di masa pandemi, juga memberikan faktor yang signifikan terhadap penjualan barang. Kemudahan pembayaran yang ditawarkan penjual juga menjadi kunci minat pembeli untuk membeli perlengkapan olahraga melalui sistem online.

Kesepuluh pokok pertanyaan tersebut peneliti nilai sebagai hal krusial dalam pengelolaan penjualan barang. Hal tersebut dikarenakan dengan pengelolaan penjualan yang baik, maka pengusaha akan mendapatkan keuntungan secara optimal dan pelanggan juga merasa puas dengan sistem jual-beli online yang telah dilakukan.

Pokok pertama dijelaskan tentang kendala dalam berjualan online. Penjual menjelaskan bahwa kendala utama dalam hal penjualan perlengkapan olahraga yaitu permintaan dari pembeli yang terkadang sepi, juga terkadang ramai. Ketika kondisi ramai, penjual biasanya memulai aktivitas packing sejak siang hari untuk dikirim ke ekspedisi pengiriman barang pada jam 19.00. Kondisi sebaliknya apabila penjualan sepi, bahkan tidak ada permintaan dari pembeli, maka penjual memulai kegiatan packing jam 16.00. Indikator sepi dan ramainya penjualan didapatkan dari item yang berhasil dijual. Apabila dalam satu hari mampu menjual lebih dari sama dengan 5 item produk, maka dapat dikategorikan ramai. Sebaliknya apabila dalam satu hari menjual kurang dari 5 item produk, maka dapat dikategorikan sepi pembeli. Untuk setiap item produk yang terjual, dijelaskan bahwa penjual mengambil untung sekitar 20-30 persen dari harga beli produk/harga kulakan.

Pokok kedua dijelaskan tentang strategi penjualan online. Dalam hal ini, penjual menjelaskan bahwa seorang wirausahawan harus pandai membaca peluang dan kekinian memahami informasi untuk menentukan strategi penjualan. Penjual menggunakan platform shopee dan tokopedia, juga dengan market place di sosial media facebook sebagai sarana memasarkan produk perlengkapan olahraga. Penjual juga memasang iklan online di sosial media seperti instagram untuk memasarkan produknya.

Pokok ketiga dijelaskan tentang perencanaan usaha perlengkapan olahraga di masa depan. Penjual menjawab bahwa untuk kedepannya akan menambah item produk perlengkapan olahraga. Selama ini penjual fokus kepada perlengkapan olahraga seperti kaos olahraga, celana pendek, celana panjang impor, celana panjang lokal, dan jaket parasut. Alasan menjual produk tersebut yaitu sebelum memulai usaha, penjual telah melakukan survei bahwa item tersebut merupakan produk paling laris dan banyak permintaan baik dari pulau jawa maupun di luar pulau jawa.

Pokok keempat dijelaskan tentang metode pembayaran produk. Penjual menawarkan pembayaran perlengkapan olahraga ke pelanggan dapat dilakukan dengan sistem cash on delivery yang berarti pembayaran dilakukan pelanggan ketika barang tersebut sampai

ke pelanggan. Penjual juga menerima pembayaran melalui saldo shopee pay. Apabila pelanggan tidak memiliki saldo shopee pay, penjual memberikan kemudahan dengan metode transfer melalui bank. Beberapa kemudahan yang ditawarkan ini menjadi keunggulan metode penjualan produk dengan sistem online.

Pokok kelima dijelaskan tentang tahap penjualan barang. Penjual menjelaskan bahwa dalam tahap penjualan barang terdiri dari mengambil stok barang dari gudang, melakukan packing, dan kemudian mengirimnya langsung ke ekspedisi pengiriman paket. Penjual melakukannya sendiri, karena saat ini usaha mikro perlengkapan olahraga dikelola secara mandiri. Tahap penjualan barang harus dilakukan secara teliti dan seksama agar memuaskan pelanggan dan meminimalisir komplain dari pelanggan. Menurut penjual, tahap ini merupakan bagian dari pelayanan yang diberikan penjual.

Pokok keenam dijelaskan tentang target penjualan produk. Penjual menjelaskan bahwa target penjualan produk yaitu orang dewasa dan anak usia sekolah menengah. Orang dewasa dipilih karena telah memiliki rasional untuk membeli produk. Pada umumnya orang dewasa yang membeli memiliki uang yang memadai untuk membeli beberapa item dalam satu kali transaksi penjualan perlengkapan olahraga. Sedangkan untuk anak usia sekolah menengah dipilih karena pada umumnya mereka menyukai produk yang baru dirilis. Tentu saja begitu datang produk baru, mereka akan langsung membeli produk yang kekinian dan sesuai dengan kebutuhan sehari-hari.

Pokok ketujuh dijelaskan tentang barang yang belum terjual. Tidak semua produk laku di pasaran. Untuk itu penjual menjelaskan bahwa barang yang belum dijual akan disimpan dalam gudang. Agar produk tidak berjamur, maka ruang gudang harus memiliki ventilasi udara yang baik. Perlengkapan olahraga yang dijual pada umumnya tahan lama dan dapat dijual lagi di kemudian hari.

Pokok kedelapan dijelaskan tentang pengiriman barang yang dijual. Barang yang dijual akan dikirim sore hari sekitar pukul 19.00 di ekspedisi pengiriman barang seperti JNE, JnT, Wahana, dan Si Cepat. Penjual menjelaskan bahwa barang yang akan dikirim harus sudah dipacking sebelumnya. Sehingga tugas ekspedisi hanya menerima pembayaran dan mengirim barang sampai tujuan.

Pokok kesembilan dijelaskan tentang cara mengatasi komplain dari pelanggan. Penjual menjelaskan bahwa komplain dari pelanggan harus didengarkan kemudian menjelaskan dengan baik dengan solusi dari ketidakpuasan pelanggan. Sebaik apapun pelayanan, pasti terdapat pelanggan yang kurang puas. Penjual menjelaskan hal seperti ini merupakan hal yang wajar dalam transaksi jual beli produk.

Pokok kesepuluh dijelaskan tentang stok barang yang habis maupun kosong. Dalam kondisi seperti ini, maka yang dapat dilakukan penjual yaitu menghubungi rekan penjual yang lain untuk menanyakan apakah masih memiliki stok barang untuk dikirim ke pelanggan. Selanjutnya penjual menjelaskan dilakukan dropship, yaitu menjual barang dari orang lain dengan mengatasnamakan tokonya. Hal ini sebagai solusi apabila stok barang yang diinginkan konsumen kosong maupun habis.

SIMPULAN

Simpulan dari penelitian studi kasus ini yaitu terdapat fenomena kecenderungan naiknya angka penjualan online perlengkapan olahraga usaha mikro pada masa pandemi covid-19. Meskipun angka penjualan naik, tetapi masih ada hari tanpa transaksi penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

Amboningtyas, D., & Yulianeu. (2019). Pengembangan *Capacity Building* dalam Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia pada Usaha Kecil Menengah di Kecamatan Tugu, Semarang, *Jurnal EKBIS*, 20(1), 1181-1193.

- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 233-247.
- Bahtiar, R., A., & Saragih, J., P., (2020). Dampak Covid-19 terhadap Perlambatan Ekonomi Sektor UMKM, *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI*, 12(6), 19-24.
- Himawan, Saefullah, A., & Santoso, S., (2014). Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online (*E-Commerce*) pada CV Selaras Batik menggunakan Analisis Deskriptif, *Scientific Journal of Informatics*, 1(1), 53-63.
- Istiatin, & Marwati, F., S. (2021), Sosialisasi Berbagai Peluang Usaha UMKM dan Ekonomi Kreatif di Era New Normal di Dusun Pinggir Desa Telukan Sukoharjo, *Jurnal Budimas*, 3(1), 129-140.
- Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19, *Fokus Bisnis Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 19(1), 76-86.
- Suryani, E., (2021). Analisis Dampak Covid-19 terhadap UMKM (Studi Kasus: Home Industry Klepon di Kota Baru Driyorejo, *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1591-1595.
- Permana, A., E., Reyhan, A., M., Rafli, H., & Rakhmawati, N., A. (2021). Analisa Transaksi Belanja *Online* pada Masa Pandemi Covid-19, *Jurnal TEKNOINFO*, 15(1), 32-37.
- Wulansari, D., A. (2015). Pengaruh Penjualan *Online* terhadap Omzet Penjualan Butik Zieta Desa Sewulan Kec. Dagangan Kab. Madiun, *Jurnal Equilibrium*, 3(2), 134-143.