

Faktor-Faktor Penghambat Penjualan Pedagang Kuliner Di Pantai Lalape Kecamatan Popayato Kabupaten Pohuwato

Aisafira Nurul Fitra Husain¹, Lisda Van Gobel², Olgha S. Nusu³

^{1,2,3}Universitas Bina Taruna Gorontalo, Indonesia

Corresponding Author: Aisafira Nurul Fitra Husain, e-mail: aisafirahusain@gmail.com¹, lisdavangobel69@gmail.com², olghanusu544@gmail.com³

Published: Agust , 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang menghambat penjualan pedagang kuliner di Pantai Lalape, Desa Trikora, Kecamatan Popayato, Kabupaten Pohuwato. Pantai Lalape merupakan salah satu kawasan wisata lokal yang berkembang secara mandiri dan menjadi sumber penghidupan utama bagi sebagian masyarakat melalui aktivitas usaha kuliner. Meski memiliki potensi wisata yang menjanjikan, para pedagang mengalami berbagai hambatan yang berdampak langsung pada stabilitas dan pertumbuhan usaha mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode wawancara mendalam terhadap sembilan informan yang terdiri dari kepala desa, sekretaris desa, pedagang, dan pembeli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga faktor utama yang menghambat penjualan pedagang, yaitu keterbatasan modal, kurangnya fasilitas penunjang, dan rendahnya kemampuan dalam mengelola usaha. Modal usaha sebagian besar bersumber dari dana pribadi, tanpa dukungan pembiayaan dari pemerintah desa maupun lembaga keuangan formal. Di sisi lain, fasilitas umum seperti toilet, air bersih, tempat sampah, serta infrastruktur tempat jualan tidak tersedia secara memadai dan kurang terawat. Selain itu, sebagian besar pedagang tidak memiliki keterampilan manajerial yang memadai seperti pencatatan keuangan, perencanaan stok, dan strategi promosi. Ketiga faktor tersebut berinteraksi dan secara langsung mempengaruhi kelangsungan usaha para pedagang kuliner di kawasan wisata ini. Oleh karena itu, dibutuhkan intervensi berbasis komunitas yang melibatkan pemerintah desa dalam menyediakan akses modal, peningkatan fasilitas dasar, serta pelatihan kewirausahaan agar potensi ekonomi lokal dapat dikembangkan secara optimal dan berkelanjutan.

Keywords: Pantai Lalape, Pedagang Kuliner, Faktor Penghambat, Modal, Fasilitas, Keterampilan Usaha

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Perekonomian Daerah Sangat Dipengaruhi Oleh Kontribusi Sektor Informal, Khususnya Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm). Ukm Tidak Hanya Menjadi Penopang Ekonomi Rumah Tangga, Tetapi Juga Memainkan Peran Strategis Dalam Penyerapan Tenaga Kerja Sekaligus Distribusi Pendapatan (Kep Kukm, 2021). Dalam Banyak Kasus, Ukm Menjadi Solusi Paling Cepat Dan Efisien Untuk Menggerakkan Perekonomian Daerah Pascapandemi Atau Di Tengah Krisis (Kadin Indonesia, 2023).

Salah Satu Subsektor Yang Paling Menjanjikan Dalam Ekosistem Ukm Adalah Usaha Kuliner. Usaha Kuliner Memiliki Karakteristik Yang Khas Karena Dapat Dimulai Dengan Modal Terbatas, Mudah Dijalankan, Dan Memiliki Pasar Yang Luas (Pemerintah Indonesia, 2008). Apalagi

Di Kawasan Wisata, Keberadaan Usaha Kuliner Menjadi Elemen Penting Dalam Menunjang Kenyamanan Dan Pengalaman Pengunjung (Afifa & Nugroho, 2022).

Pantai Lalape di Kecamatan Popayato, Kabupaten Pohuwato, merupakan kawasan wisata alam dengan potensi ekonomi yang besar. Namun potensi tersebut belum dikembangkan dan diberdayakan secara optimal, khususnya dalam hal pengelolaan dan pemberdayaan pedagang kuliner lokal. Aktivitas ekonomi pedagang di kawasan ini masih belum stabil dan cenderung mengalami stagnasi (Pemerintah Gorontalo, 2016).

Permasalahan utama yang dihadapi para pedagang kuliner di Pantai Lalape bukan hanya rendahnya jumlah wisatawan, tetapi juga berkaitan langsung dengan aspek internal usaha. Berdasarkan studi Hasan et al. (2022), tiga faktor dominan yang menghambat perkembangan UMKM di sektor wisata adalah, pertama, keterbatasan modal; Kedua, keterbatasan fasilitas dan terakhir, belum optimalnya potensi sumber daya manusia (SDM). Ketiga indikator inilah yang akan digunakan oleh peneliti untuk menelaah dan menganalisis faktor-faktor penghambat penjualan di objek wisata Pantai Lalape.

Keterbatasan modal menjadi tantangan utama dalam mengembangkan usaha kuliner. Banyak pedagang hanya mampu bertahan dengan modal seadanya, tanpa bisa melakukan ekspansi, meningkatkan kualitas produk, atau berinovasi. Hal ini menyebabkan stagnasi usaha yang berkepanjangan dan ketergantungan pada musim wisata tertentu.

Di sisi lain, keterbatasan fasilitas sangat berdampak pada kenyamanan konsumen. Di Pantai Lalape, sebagian besar pedagang berjualan di lapak semi permanen yang minim infrastruktur pendukung seperti air bersih, tempat cuci tangan, tempat sampah, atau tenda pelindung. Padahal, wisatawan semakin memperhatikan aspek kebersihan dan kenyamanan dalam memilih tempat makan (Primasari & Khoirunisa, 2024).

Faktor ketiga adalah rendahnya kemampuan pedagang dalam mengelola usaha secara menyeluruh dan sistematis. Sebagian besar pedagang kuliner di Pantai Lalape belum memiliki keterampilan dasar dalam hal pencatatan keuangan, perencanaan stok, pengelolaan waktu kerja, maupun penataan harga jual secara strategis. Mereka umumnya menjalankan usaha secara tradisional dan berdasarkan pengalaman, tanpa dibekali pengetahuan formal mengenai manajemen usaha, strategi pelayanan pelanggan, atau inovasi produk. Akibatnya, proses operasional menjadi tidak efisien dan sulit berkembang. Tidak adanya sistem pengelolaan usaha yang terstruktur juga menyebabkan pedagang kesulitan dalam mengukur kinerja usahanya maupun merancang pengembangan jangka panjang. Oleh karena itu, peningkatan kemampuan manajerial pelaku usaha menjadi kebutuhan mendesak untuk mendorong keberlanjutan dan pertumbuhan usaha kuliner di kawasan wisata tersebut. (Hasan et al., 2022).

Permasalahan ini bukanlah hal sepele, mengingat potensi wisatawan di Pantai Lalape sangat besar, terutama saat akhir pekan dan musim liburan. Namun, ketidakmampuan pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing akan menyebabkan rendahnya tingkat konversi kunjungan menjadi penjualan aktual.

Berdasarkan hasil observasi lapangan, diketahui bahwa terdapat sebanyak 10 pedagang kuliner yang aktif berjualan di kawasan wisata Pantai Lalape, Kecamatan Popayato, Kabupaten Pohuwato. Mereka merupakan pelaku usaha mikro lokal yang menggantungkan pendapatan harian dari penjualan makanan dan minuman kepada wisatawan yang berkunjung. Aktivitas mereka berlangsung sejak pagi hingga malam hari, terutama pada akhir pekan dan musim liburan. Kesepuluh pedagang ini merupakan bagian tak terpisahkan dari dinamika kawasan pantai, karena mereka turut menyediakan kebutuhan konsumsi wisatawan sekaligus mencerminkan karakter lokal dari tempat tersebut.

Dari sepuluh pedagang tersebut, sebanyak 8 (delapan) orang berjualan di dalam area utama pantai, tepatnya di sekitar area pantai. Produk yang mereka tawarkan sangat beragam, mulai dari nasi kuning dan lauk pauk tradisional, ikan bakar dan sambal dabu-dabu khas Gorontalo, hingga Pisang goroho goreng, es kelapa muda, dan kopi panas. Sebagian pedagang membangun tempat jual berbentuk rumah panggung, sementara lainnya hanya menggunakan meja lipat dan keranjang jualan. Meskipun kondisi berjualan masih serba terbatas dan tanpa fasilitas permanen, antusiasme mereka dalam menawarkan dagangan cukup tinggi. Namun, mereka mengeluhkan penurunan jumlah transaksi karena wisatawan cenderung membawa makanan sendiri atau tidak tertarik membeli akibat kurangnya promosi serta tampilan produk yang belum menarik.

Sementara itu, dua pedagang lainnya berada di luar lokasi pantai, tepatnya di sisi luar pagar. Posisi mereka secara fisik tidak masuk dalam kawasan pantai, namun tetap mendapatkan eksposur dari pengunjung yang melintas. Salah satu pedagang menjual minuman dingin kemasan seperti air mineral, teh botol, sedangkan yang lainnya menjajakan gorengan hangat, serta kopi hitam tubruk yang dimasak langsung di tempat. Kedua pedagang ini memanfaatkan rumah mereka untuk memasak pesanan dan untuk pelanggan meneduh di rumah panggung yang seadannya. Karena lokasinya berada di luar, mereka cenderung melayani pengunjung sebelum dan sesudah masuk ke area pantai. Meskipun demikian, tantangan utama yang mereka hadapi adalah kurangnya fasilitas seperti tempat duduk dan papan promosi yang membuat posisi mereka kurang strategis dibandingkan pedagang di dalam kawasan pantai.

Untuk memperkuat fakta tersebut, berikut disajikan data perkiraan jumlah pengunjung ke Pantai Lalape selama tiga bulan terakhir, yang dihimpun dari informasi pengelola kawasan dan observasi lapangan:

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung

Tahun	Jumlah Pengunjung
2023	6.500
2024	8.200
2025	9.000

Sumber: pemerintah desa (2025)

Dari tabel tersebut, terlihat adanya tren pertumbuhan kunjungan yang stabil namun belum signifikan. Tahun 2023 tercatat sekitar 6.500 pengunjung, meningkat menjadi 8.200 orang pada 2024, dan diperkirakan mencapai 9.000 pengunjung pada 2025 jika tren saat ini terus berlanjut. Jika diasumsikan sebagian besar kunjungan terjadi pada akhir pekan dan musim liburan, maka volume harian pengunjung bisa sangat bervariasi. Meskipun skalanya masih tergolong kecil dibandingkan destinasi besar, angka ini cukup potensial untuk menopang aktivitas ekonomi kuliner lokal apabila dikelola secara maksimal.

Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian akademik yang mendalam terhadap ketiga faktor penghambat tersebut. Dengan memahami akar permasalahan, strategi intervensi yang tepat bisa dirancang untuk meningkatkan kapasitas usaha kuliner lokal di kawasan wisata.

Penelitian ini akan memfokuskan perhatiannya pada tiga aspek utama yang menjadi penghambat penjualan pedagang kuliner di kawasan wisata Pantai Lalape, Kecamatan Popayato, Kabupaten Pohuwato. Fokus pertama adalah keterbatasan modal, yang tidak hanya mencakup kesulitan dalam mengakses pendanaan, tetapi juga rendahnya pemahaman pedagang terhadap pengelolaan keuangan usaha. Berdasarkan kondisi di lapangan, sebagian besar pedagang tidak memiliki catatan keuangan yang tertib atau perencanaan modal yang jelas. Mereka menjalankan usaha harian secara spontan tanpa estimasi kebutuhan bahan baku, pengaturan arus kas, atau perhitungan untung-rugi.

Fokus kedua berkaitan dengan keterbatasan fasilitas penunjang usaha, yang menjadi persoalan nyata di kawasan Pantai Lalape. Sebagian besar pedagang berjualan dalam kondisi sangat terbatas, menggunakan rumah pangung yang mereka bangun sendiri, dan ada juga yang menggunakan rumahnya untuk memasak pesanan yang di pesan oleh pengunjung. Di sekitar area pantai belum tersedia zona khusus kuliner yang tertata, fasilitas duduk untuk pelanggan, papan informasi, maupun akses air bersih dan listrik yang stabil. Akibatnya, dagangan mereka terlihat kurang menarik, kurang higienis, dan tidak mampu bersaing dengan konsumsi yang dibawa wisatawan dari luar. Bahkan sebagian pengunjung tidak menyadari keberadaan mereka karena tidak adanya papan nama, menu, atau identitas visual yang menonjol. Hal ini berdampak langsung pada rendahnya minat beli, meskipun produk yang dijual merupakan kuliner khas daerah.

Fokus ketiga menitikberatkan pada kemampuan pengelolaan usaha, yang menjadi tantangan tersendiri bagi para pedagang. Banyak di antara mereka yang belum terbiasa mencatat pengeluaran dan pemasukan harian, tidak menetapkan harga berdasarkan struktur biaya, serta tidak memiliki strategi dalam mengelola stok bahan baku harian. Sebagian besar penjual menentukan harga secara spontan, bahkan bisa berubah-ubah tergantung situasi, tanpa mempertimbangkan margin keuntungan secara rasional. Hal ini membuat usaha mereka tidak memiliki standar dan sulit untuk berkembang. Dalam kondisi sibuk sekalipun, banyak pedagang kehabisan bahan karena tidak memperkirakan jumlah permintaan berdasarkan tren pengunjung, sehingga potensi penjualan hilang begitu saja. Selain itu, minimnya keterampilan dalam menyusun strategi pelayanan pelanggan juga menyebabkan pembeli tidak merasa terlayani dengan baik, yang berdampak pada rendahnya repeat order atau loyalitas konsumen.

Gabungan dari ketiga aspek tersebut keterbatasan modal, fasilitas fisik yang minim, serta lemahnya kemampuan manajerial usaha menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas pedagang kuliner di Pantai Lalape membutuhkan pendekatan yang menyeluruh. Pendekatan tersebut bukan hanya bersifat teknis, seperti penyediaan alat atau bantuan dana, tetapi juga mencakup pelatihan pengelolaan usaha, pengembangan zona kuliner berbasis komunitas, serta dukungan promosi berbasis wisata. Hal ini diharapkan tidak hanya meningkatkan pendapatan pedagang, tetapi juga memperkuat posisi Pantai Lalape sebagai destinasi kuliner wisata yang tertata dan berdaya saing. Oleh karena itu, dengan memahami kompleksitas permasalahan di atas maka peneliti akan meneliti terkiat "*Faktor-Faktor Penghambat Penjualan Pedagang Kuliner Di Pantai Lalape Kecamatan Popayato, Kabupaten Pohuwato*"

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan memahami objek secara mendalam dalam konteks alami. Peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam proses pengumpulan dan analisis data, dengan teknik triangulasi melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memastikan validitas informasi. Analisis dilakukan secara induktif, yakni melalui proses reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan penekanan pada makna di balik data, bukan pada generalisasi statistik.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif, yang bertujuan menggambarkan fenomena secara sistematis dan faktual sesuai kondisi lapangan Arikunto (2016). Penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis, melainkan untuk memahami dan menjelaskan gejala sosial sebagaimana adanya. Dengan demikian, pendekatan kualitatif dan jenis deskriptif saling melengkapi dalam upaya menggali informasi secara utuh dan mendalam Sugiyono (2019).

State Of The Art

Penelitian oleh Utama (2023) dalam bukunya *Pariwisata Nusantara Ketahanan dan Keberlanjutan dalam Pendekatan Green Tourism*, menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif untuk mengidentifikasi hambatan dan solusi dalam pengembangan agrowisata. Fokus penelitian terletak pada peran UMKM dalam menunjang kegiatan pariwisata serta keterbatasan fasilitas penunjang usaha wisata. Hasil kajian menunjukkan bahwa infrastruktur desa wisata masih belum memadai, banyak pelaku usaha tidak memiliki tempat jualan yang layak, koordinasi antar stakeholder belum berjalan efektif, pelaku UMKM memerlukan pelatihan SDM agar lebih adaptif terhadap pariwisata modern, dan peran teknologi digital belum maksimal dimanfaatkan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hartatik et al. (2023) dalam buku *Tren Technopreneurship Strategi & Inovasi Pengembangan Bisnis Kekinian dengan Teknologi Digital* menggunakan pendekatan kualitatif eksploratif untuk mengkaji hambatan internal pelaku UMKM dalam menghadapi era digital. Fokus penelitian diarahkan pada teknologi dan SDM UMKM, serta hambatan modal dan fasilitas. Penelitian ini menemukan bahwa literasi teknologi para pelaku masih rendah, fasilitas produksi belum memadai, SDM tidak memahami strategi pemasaran digital, belum tersedia program pendampingan teknis yang berkelanjutan, serta modal usaha yang dimiliki sebagian besar UMKM sangat terbatas sehingga menyulitkan ekspansi usaha.

Penelitian oleh Daga et al. (2020) berjudul *Faktor-Faktor Penghambat Penggunaan E-Commerce pada Usaha Mikro Kecil di Kota Makassar* penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis rendahnya adopsi teknologi digital pada UMKM. Fokus penelitiannya mencakup literasi teknologi dan kesiapan SDM dalam menggunakan e-commerce. Penelitian ini mengungkap lima temuan penting: kurangnya pemahaman teknis pelaku usaha, keterbatasan modal untuk akses perangkat digital, minimnya pelatihan e-commerce, belum terbentuknya jaringan logistik memadai, dan tidak adanya pendampingan pemerintah secara langsung dalam digitalisasi UMKM.

Terakhir, penelitian oleh Mardatilla (2018) berjudul *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan pada PT. Mitra Keluarga Sehat* menggunakan metode kuantitatif deskriptif dan meskipun berfokus pada perusahaan formal, konsep yang digunakan dapat diaplikasikan pada UMKM. Fokus utamanya adalah pada faktor harga dan pelayanan yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menemukan bahwa variabel harga yang kompetitif, ketersediaan produk, distribusi tepat waktu, kualitas layanan pelanggan, dan inovasi produk memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan volume penjualan. Penelitian ini menjadi rujukan penting dalam memahami perilaku konsumen dari sisi operasional usaha.

Tabel 2.
Mapping State Of the Art

No	Nama + Judul	Metode Penelitian	Fokus Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Hasan et al., 2022) .Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Melalui Wartip di Desa Padiran	Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif deskriptif	Penelitian ini fokus pada, pertama, keterbatasan modal pelaku UMKM. Kedua, optimalisasi potensi SDM	- Modal terbatas menjadi kendala pengembangan usaha - Fasilitas fisik tidak memadai - SDM belum terlatih secara manajerial - Inovasi produk sangat terbatas - Perlu dukungan pelatihan digital marketing
2	(Utama, 2023) Pariwisata Nusantara Ketahanan dan Keberlanjutan dalam Pendekatan Green Tourism	Penelitian ini menggunakan metode Studi kasus (kualitatif)	Penelitian ini fokus pada, Pertama peran UMKM dalam pariwisata, Kedua, Keterbatasan fasilitas pendukung	- Infrastruktur desa wisata masih minim - Tidak tersedia tempat usaha tetap - Lemahnya koordinasi antar stakeholder - Perlu pelatihan SDM dan promosi - Peran digitalisasi belum maksimal
3	(Hartatik et al., 2023) Tren Technopreneurship UMKM Berbasis Pariwisata	Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif eksploratif	Penelitian ini fokus pada, Pertama, Teknologi & SDM UMKM, kedua, Hambatan internal modal & fasilitas	- Literasi teknologi pelaku masih rendah - Minimnya fasilitas produksi - SDM belum memahami pemasaran digital - Tidak ada pendampingan teknis - Modal usaha tergolong sangat kecil
4	(Daga et al., 2020) Faktor-Faktor Penghambat Penggunaan E-Commerce pada Usaha Mikro Kecil di Kota Makassar	Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif partisipatif	Fokus penelitiannya mencakup literasi teknologi dan kesiapan SDM dalam menggunakan e-commerce	- kurangnya pemahaman teknis pelaku usaha, - keterbatasan modal untuk akses perangkat digital, minimnya pelatihan e-commerce, - belum terbentuknya jaringan logistik memadai, - tidak adanya pendampingan pemerintah secara langsung dalam digitalisasi UMKM.
5	(Mardatilla, 2018) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan pada PT. Mitra Keluarga Sehat	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif	Fokus utamanya adalah pada faktor harga dan pelayanan yang memengaruhi keputusan pembelian	Penelitian ini menemukan bahwa variabel harga yang kompetitif, ketersediaan produk, distribusi tepat waktu, kualitas layanan pelanggan, dan inovasi produk memiliki

konsumen	pengaruh signifikan terhadap peningkatan volume penjualan
----------	---

Teori Penjualan

Penjualan merupakan aktivitas inti dalam operasional bisnis, yaitu proses penukaran produk atau jasa dengan nilai ekonomi berupa uang atau bentuk imbalan lainnya. Dalam konteks UMKM, penjualan menjadi tolok ukur langsung dari keberhasilan aktivitas produksi, pemasaran, dan pelayanan. Sumarni (2020) menjelaskan bahwa penjualan bukan sekadar aktivitas akhir dari rantai bisnis, melainkan representasi dari keberhasilan strategi yang telah dijalankan sejak awal. Penjualan yang tinggi menunjukkan adanya pemahaman terhadap kebutuhan konsumen, strategi distribusi yang tepat, serta kualitas produk yang sesuai dengan harapan pasar. Oleh karena itu, penjualan memiliki hubungan yang erat dengan semua elemen manajemen bisnis, mulai dari perencanaan hingga evaluasi.

Dalam pelaksanaannya, strategi penjualan perlu disesuaikan dengan kondisi pasar yang dinamis. UMKM perlu memahami bahwa volume penjualan sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor utama seperti penetapan harga yang kompetitif, kualitas produk, pelayanan pelanggan, serta komunikasi pemasaran. Hubungan yang baik dengan konsumen menjadi faktor penting dalam menciptakan loyalitas jangka panjang. Penjualan yang tidak hanya berorientasi pada satu kali transaksi, tetapi mampu membangun relasi emosional dengan pelanggan akan lebih tahan terhadap persaingan. Oleh karena itu, pendekatan penjualan modern menuntut fleksibilitas, kepekaan terhadap perubahan tren, dan kemampuan analisis pasar yang baik (Wahyudi et al., 2022).

Selain itu, transformasi digital juga membawa perubahan besar dalam konsep dan praktik penjualan. Pemanfaatan *e-commerce*, media sosial, dan aplikasi pemesanan online memberikan peluang baru bagi UMKM dalam memperluas jangkauan pasar tanpa terbatas wilayah geografis. Sumber data dari Trulline (2021) menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang aktif memanfaatkan teknologi digital mengalami peningkatan volume penjualan hingga 30% dibandingkan yang hanya mengandalkan metode konvensional. Penjualan yang optimal tercapai ketika administrasi bisnis yang tertib, strategi pemasaran yang adaptif, dan sistem pelayanan yang efisien berjalan selaras. Maka, peningkatan kualitas penjualan harus dibarengi dengan penguatan internal usaha serta pemanfaatan teknologi informasi secara tepat guna.

Pedagang Kuliner

Pedagang kuliner adalah pelaku usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman, baik dalam bentuk tetap (kedai/warung) maupun tidak tetap (gerobak/stand). Mereka merupakan bagian penting dari sektor informal yang seringkali menjadi tumpuan ekonomi rumah tangga dan pencipta lapangan kerja. Menurut Hartatik et al (2023), sektor kuliner menjadi salah satu lini usaha paling responsif terhadap permintaan pasar karena fleksibilitas produk dan modal awal yang relatif kecil.

Pedagang kuliner di kawasan wisata memiliki karakteristik khusus dibandingkan dengan pelaku kuliner di lingkungan pemukiman atau pasar. Mereka bergantung pada volume wisatawan dan cenderung menghadapi tantangan musiman. Ini membuat pedagang kuliner perlu memiliki manajemen usaha yang adaptif dan pemahaman pasar yang kuat, termasuk inovasi dalam menu, pengemasan, dan pelayanan.

Namun, banyak pedagang kuliner UMKM yang masih menjalankan usahanya secara konvensional tanpa pelatihan formal mengenai sanitasi, manajemen keuangan, atau strategi penjualan. Hal ini sering menghambat pertumbuhan usaha mereka. Trulline (2021) mencatat bahwa pelaku usaha kuliner yang tidak memiliki manajemen usaha yang baik cenderung stagnan meskipun memiliki lokasi strategis.

Selain itu, pedagang kuliner juga menjadi bagian penting dari daya tarik wisata. Pengalaman wisatawan tidak hanya bergantung pada pemandangan, tetapi juga pada kuliner lokal yang mereka konsumsi. Dengan kata lain, pedagang kuliner turut menentukan kualitas pengalaman wisata dan kepuasan pengunjung.

Oleh karena itu, pemberdayaan pedagang kuliner melalui pelatihan usaha, pendampingan digital, serta dukungan fasilitas dari pemerintah menjadi hal penting yang perlu dikembangkan untuk mengoptimalkan potensi ekonomi kawasan wisata.

Konsep Peningkatan Penjualan

Peningkatan penjualan merupakan indikator utama keberhasilan strategi bisnis dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), penjualan menjadi ukuran langsung atas kemampuan usaha dalam memenuhi kebutuhan pasar dan mempertahankan keberlanjutan usaha. Handayani (2023) menyatakan bahwa peningkatan penjualan hanya dapat dicapai jika pelaku usaha melakukan integrasi strategi secara menyeluruh, baik dari sisi promosi, kualitas produk, pelayanan pelanggan, hingga efisiensi operasional. Oleh karena itu, peningkatan penjualan bukan semata hasil dari promosi agresif, melainkan cerminan dari keselarasan berbagai aspek manajemen bisnis yang berjalan optimal.

Seiring berkembangnya teknologi digital, strategi peningkatan penjualan pun mengalami transformasi signifikan. UMKM kini memiliki peluang lebih besar dalam menjangkau pasar yang lebih luas melalui e-commerce, media sosial, dan aplikasi penjualan digital. Pemanfaatan teknologi tidak hanya mempercepat proses transaksi, tetapi juga memberikan data konsumen yang dapat digunakan untuk menyusun strategi penjualan yang lebih terarah. Menurut Wahyudi et al. (2022), digitalisasi penjualan membantu pelaku UMKM mengefisienkan biaya promosi, meningkatkan visibilitas produk, serta membangun relasi yang lebih personal dengan pelanggan melalui interaksi langsung di media sosial. Hal ini berdampak langsung pada peningkatan loyalitas dan frekuensi pembelian ulang.

Namun, peningkatan penjualan juga menuntut inovasi produk dan layanan secara berkelanjutan. Konsumen modern tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga kenyamanan layanan, estetika produk, serta nilai tambah yang ditawarkan. Oleh sebab itu, UMKM harus terus menyesuaikan diri dengan tren dan ekspektasi pasar yang dinamis. Strategi peningkatan penjualan yang berhasil adalah strategi yang tidak berdiri sendiri, tetapi terintegrasi dengan sistem administrasi bisnis, pemasaran, serta manajemen operasional. Dengan pendekatan yang sistematis dan berbasis data, pelaku usaha tidak hanya dapat meningkatkan penjualan sesaat, tetapi juga menciptakan pertumbuhan yang berkelanjutan dan resilien di tengah perubahan pasar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian pembahasan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengintegrasikan data lapangan yang diperoleh melalui wawancara mendalam dengan teori-teori atau hasil penelitian terdahulu yang relevan. Pembahasan dilakukan secara mendalam untuk memahami secara holistik faktor-faktor yang menghambat penjualan pedagang kuliner di Pantai Lalape, Kecamatan Popayato, Kabupaten Pohuwato. Pendekatan ini tidak hanya menjelaskan temuan secara deskriptif, tetapi juga menempatkannya dalam kerangka ilmiah yang lebih luas.

Pembahasan disusun berdasarkan tiga fokus utama yang telah ditentukan, yaitu: (1) Modal, (2) Fasilitas, dan (3) Kemampuan Mengelola Usaha. Setiap fokus dianalisis secara bertahap dengan merujuk pada hasil wawancara yang telah diperoleh dari informan kunci, dan dibandingkan dengan hasil penelitian lain dalam kurun waktu 2020–2025 yang relevan dengan konteks UMKM, pariwisata kuliner, dan pengembangan ekonomi lokal.

Dengan membandingkan temuan empiris dari lapangan dengan literatur akademik, bagian ini berfungsi untuk melihat sejauh mana kondisi yang dialami oleh pedagang kuliner di Pantai Lalape merupakan bagian dari pola umum yang juga terjadi di wilayah lain di Indonesia atau bahkan secara global. Di sisi lain, pembahasan ini juga mampu menunjukkan karakteristik unik dari lokasi penelitian, sehingga dapat memberikan kontribusi kontekstual bagi perumusan kebijakan pembangunan desa berbasis wisata dan ekonomi kreatif.

Setiap pembahasan fokus akan dibagi ke dalam sejumlah paragraf yang memuat pola temuan, hubungan sebab-akibat, interpretasi makna, serta kemungkinan solusi atau intervensi yang diperlukan. Dengan cara ini, pembahasan tidak hanya menggambarkan “apa yang terjadi” tetapi juga “mengapa hal itu terjadi” dan “apa yang dapat dilakukan untuk mengatasinya”.

Modal

Akses terhadap modal merupakan salah satu fondasi penting bagi keberlangsungan UMKM, khususnya di sektor kuliner berbasis wisata seperti yang terdapat di Pantai Lalape. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang kuliner di kawasan tersebut hanya mengandalkan

dana pribadi atau bantuan informal dari keluarga. Tidak adanya intervensi dari pemerintah desa dalam bentuk program pendanaan atau pinjaman lunak membuat pengembangan usaha mengalami stagnasi. Ketika modal terbatas, kemampuan untuk menambah menu, memperbaiki fasilitas jualan, ataupun memasarkan produk juga menjadi sangat terbatas.

Dalam konteks lebih luas, penelitian Kristianto dan Dianningsih (2025) menyatakan bahwa hambatan akses modal pada UMKM kuliner sering kali disebabkan oleh kurangnya literasi keuangan dan terbatasnya jaringan lembaga keuangan yang memahami karakteristik usaha mikro. Hal ini paralel dengan kondisi di Pantai Lalape, di mana informan menyebutkan tidak pernah mendapatkan bantuan dari koperasi atau program UMKM, meskipun musyawarah pengajuan pernah dilakukan. Ini memperlihatkan adanya gap antara kebijakan makro dan implementasi di tingkat lokal.

Selain keterbatasan struktur pendanaan, ketidakpastian dalam pengelolaan keuangan dan risiko bisnis juga menjadi penghambat. Menurut Siregar et al. (2023), UMKM kuliner yang tidak memiliki cadangan modal akan sangat rentan terhadap gejolak musiman dan fluktuasi jumlah pengunjung. Hal ini tergambar dalam wawancara dengan beberapa pedagang yang mengaku merugi ketika bahan makanan tidak habis terjual, menunjukkan lemahnya manajemen risiko akibat keterbatasan modal kerja.

Studi oleh Darmo et al. (2021) juga menunjukkan bahwa keberadaan bantuan pemerintah hanya efektif jika dibarengi dengan sistem pelatihan dan pendampingan usaha. Sayangnya, di Pantai Lalape, tidak ditemukan bukti bahwa program penguatan modal UMKM disertai dengan pelatihan atau pemberdayaan. Bantuan yang bersifat satu kali dan tidak terstruktur justru meningkatkan ketergantungan, bukan kemandirian ekonomi pedagang lokal.

Minimnya akses terhadap pinjaman resmi juga disebabkan oleh kurangnya informasi dan pendampingan teknis dalam proses pengajuan modal. Musawantoro et al. (2023) menekankan pentingnya peran pendamping UMKM dalam menjembatani pelaku usaha dengan lembaga keuangan. Di Pantai Lalape, keterbatasan komunikasi dan literasi keuangan menyebabkan pedagang tidak pernah menjangkau informasi soal program modal produktif.

Ketiadaan modal bukan hanya berdampak pada keberlanjutan usaha, tetapi juga terhadap moral dan semangat berwirausaha. Banyak pelaku usaha kuliner lokal merasa “jalan sendiri” tanpa dukungan yang seharusnya tersedia dari sistem kelembagaan desa maupun instansi pemerintah. Sebagaimana disebut oleh Cornellia et al. (2025), ketimpangan akses sumber daya ini merupakan hambatan struktural yang berkelanjutan jika tidak ditangani secara holistik dan terprogram.

Oleh karena itu, dibutuhkan upaya strategis untuk membangun sistem akses modal yang inklusif di kawasan wisata kuliner, yang bukan hanya menyediakan bantuan dana tetapi juga menyertakan aspek edukasi keuangan dan dukungan kelembagaan. Kekuatan ekonomi lokal tidak

dapat tumbuh hanya dari modal individu, tetapi harus didukung oleh ekosistem usaha yang sehat dan sinergis.

Fasilitas

Kualitas fasilitas fisik di lokasi wisata sangat menentukan keberlangsungan dan perkembangan aktivitas ekonomi, terutama bagi pelaku usaha kuliner. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pedagang di Pantai Lalape mengalami berbagai kendala akibat minimnya fasilitas penunjang seperti toilet umum, air bersih, penerangan, tempat sampah, dan area duduk yang layak. Ketika infrastruktur dasar tidak tersedia atau rusak, para pedagang kehilangan dukungan untuk menjalankan aktivitas usaha secara optimal. Keadaan ini tidak hanya memengaruhi kenyamanan mereka, tetapi juga mengurangi daya tarik lokasi bagi pengunjung.

Kondisi di Pantai Lalape mencerminkan fenomena yang terjadi secara luas di kawasan wisata Indonesia. Studi oleh Gultom dan Rozdianda (2024) menunjukkan bahwa pengembangan fasilitas dasar seperti jalan, air bersih, dan ruang publik menjadi aspek krusial dalam mendukung usaha kuliner di desa wisata. Ketidakhadiran fasilitas tersebut berdampak pada turunnya minat wisatawan serta melemahkan aktivitas ekonomi lokal. Dalam konteks Pantai Lalape, ketidakterpenuhinya fasilitas dasar membuat lokasi ini tidak siap bersaing sebagai destinasi kuliner yang layak dikunjungi.

Lebih jauh, Purnomo (2023) menyoroti bahwa kegagalan dalam perencanaan infrastruktur kuliner sering kali disebabkan oleh pendekatan pembangunan yang tidak menyentuh kebutuhan mikro pelaku usaha. Di banyak daerah wisata, proyek pembangunan cenderung bersifat simbolik dan tidak berkelanjutan. Wawancara dengan para pedagang dan pembeli di Pantai Lalape menegaskan bahwa banyak fasilitas seperti WC umum, tandon air, dan bangunan lapak tidak dirawat, bahkan ditinggalkan begitu saja. Hal ini menunjukkan lemahnya tata kelola fasilitas yang seharusnya terus dimonitor dan ditingkatkan.

Ketidaktersediaan fasilitas juga berdampak pada persepsi pengunjung terhadap kualitas layanan wisata. Maulida dan Indah (2021) menyebutkan bahwa pengalaman pengunjung dipengaruhi secara langsung oleh kelengkapan dan kebersihan fasilitas publik. Tanpa tempat duduk, toilet, atau informasi wisata yang jelas, pengunjung akan merasa tidak nyaman dan cenderung enggan untuk kembali. Hal ini terlihat jelas di Pantai Lalape, di mana pengunjung mengeluhkan kurangnya tempat sampah dan kondisi lingkungan yang kumuh akibat tidak terkelolanya limbah.

Selain itu, Wilson dkk. (2025) menekankan pentingnya pengadaan peralatan pendukung dan fasilitas produksi bagi UMKM di sektor wisata. Studi mereka di desa wisata kuliner Sumatera menunjukkan bahwa investasi pada infrastruktur kecil seperti wastafel umum, tenda tahan cuaca, dan pencahayaan malam hari berkontribusi besar terhadap peningkatan pendapatan pedagang. Sayangnya, di Pantai Lalape, tidak ada indikasi dukungan seperti itu, yang membuat pedagang bertahan dalam kondisi yang tidak layak dan kurang produktif.

Kritik terhadap ketidakhadiran fasilitas tidak hanya berasal dari pelaku usaha, tetapi juga konsumen. Berdasarkan wawancara, pengunjung merasa bingung membuang sampah dan tidak nyaman berlama-lama karena ketiadaan toilet atau tempat duduk. Temuan ini sesuai dengan studi oleh Budilaksono dan Febrianty (2024), yang menegaskan bahwa infrastruktur pariwisata berfungsi sebagai pendukung kepercayaan dan kepuasan pengunjung terhadap destinasi. Ketika aspek ini diabaikan, sektor kuliner di wilayah wisata akan sulit berkembang secara berkelanjutan.

Olehnya, minimnya fasilitas di Pantai Lalape bukan hanya permasalahan teknis, tetapi mencerminkan kurangnya integrasi antara pemerintah desa, pelaku usaha, dan pengelola kawasan wisata dalam merancang sistem pendukung yang inklusif. Seperti ditunjukkan oleh Gaffar et al. (2022), pengembangan fasilitas wisata harus dilakukan secara holistik dan berbasis partisipasi komunitas agar mampu menjawab kebutuhan nyata di lapangan. Oleh karena itu, pembenahan fasilitas fisik dan dukungan infrastruktur harus menjadi prioritas untuk memaksimalkan potensi ekonomi pedagang kuliner di kawasan wisata ini.

Kemampuan mengelola Usaha

Kemampuan dalam mengelola usaha merupakan aspek fundamental bagi keberlanjutan dan pertumbuhan pelaku UMKM, khususnya di sektor kuliner berbasis wisata. Hasil wawancara menunjukkan bahwa mayoritas pedagang di Pantai Lalape belum memiliki pemahaman dasar mengenai manajemen usaha seperti pencatatan keuangan, pengelolaan stok, serta promosi produk. Mereka menjalankan usaha secara otodidak, mengandalkan intuisi dan pengalaman pribadi tanpa pernah mengikuti pelatihan formal. Ketidadaan pelatihan atau pendampingan dari desa memperlihatkan adanya kekosongan peran institusi lokal dalam membangun kapasitas wirausaha masyarakat.

Situasi ini mencerminkan temuan dalam studi Purnomo dan Purwandari (2025) yang menegaskan bahwa keterampilan manajerial yang rendah menjadi penghambat utama bagi pelaku usaha kecil di desa wisata. Mereka cenderung belum mengenal konsep dasar manajemen seperti segmentasi pasar, pengendalian biaya, dan penentuan harga jual yang tepat. Dalam kasus Pantai Lalape, pedagang mengaku belum bisa membuat perencanaan harian, bahkan tidak tahu cara menghitung keuntungan secara tertulis, sehingga keputusan bisnis mereka bersifat reaktif, bukan strategis.

Kelemahan dalam aspek pengelolaan usaha juga menyebabkan lemahnya pelayanan kepada konsumen. Sejumlah pembeli dalam wawancara mengeluhkan lamanya pelayanan, minimnya inovasi, serta ketiadaan standar kebersihan yang konsisten. Menurut Hasan et al. (2023), kualitas pelayanan pelanggan sangat dipengaruhi oleh pemahaman pelaku usaha terhadap SOP layanan, yang biasanya hanya dapat dimiliki melalui pelatihan terstruktur dan program sertifikasi. Tanpa itu, pelayanan bersifat personal dan tidak konsisten, yang berisiko menurunkan loyalitas pelanggan.

Selain itu, kurangnya keterampilan promosi menjadi hambatan besar dalam meningkatkan omzet. Banyak pedagang di Pantai Lalape mengaku hanya mengandalkan pengunjung yang lewat tanpa strategi untuk menarik perhatian melalui media sosial atau inovasi kemasan. Sulaiman et al. (2020) menyatakan bahwa digitalisasi dan pemasaran berbasis teknologi merupakan elemen vital untuk memperluas jangkauan UMKM di era wisata modern. Ketika pedagang tidak memiliki kemampuan ini, mereka tertinggal dalam persaingan, bahkan di wilayah lokal.

Kesenjangan ini semakin diperparah dengan rendahnya literasi teknologi dan minimnya dukungan pendampingan dari pemerintah desa. Studi Amrullah et al. (2023) di berbagai desa wisata menunjukkan bahwa pelatihan manajemen yang tepat mampu meningkatkan efisiensi operasional dan menciptakan inovasi berbasis potensi lokal. Namun, tanpa fasilitator atau mitra pendamping, pengetahuan tersebut sulit dijangkau oleh masyarakat pedagang di daerah terpencil seperti Pantai Lalape.

Lebih jauh, riset Faizin et al. (2024) menekankan pentingnya penguatan soft skills seperti komunikasi, adaptasi, dan pengambilan keputusan dalam konteks wirausaha wisata. Namun, wawancara di lapangan menunjukkan bahwa kemampuan ini belum berkembang pada pelaku usaha di Pantai Lalape. Bahkan ketika menghadapi lonjakan pengunjung, beberapa pedagang mengaku kewalahan mengatur stok dan pelayanan, membuktikan belum adanya kesiapan sistemik dalam mengelola dinamika pasar pariwisata.

Oleh karena itu, rendahnya kapasitas manajerial bukan semata-mata disebabkan oleh minimnya pendidikan formal, tetapi juga akibat tidak adanya sistem pelatihan dan dukungan berkelanjutan. Hal ini menegaskan bahwa penguatan kemampuan usaha bukan hanya tanggung jawab individu, tetapi merupakan bagian dari tanggung jawab kolektif antara desa, pemerintah daerah, dan mitra pembangunan untuk menciptakan ekosistem usaha yang berdaya saing dan tangguh.

KE SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan tiga poin utama sesuai dengan fokus penelitian sebagai berikut:

Keterbatasan modal menjadi hambatan utama yang dihadapi oleh pedagang kuliner di Pantai Lalape. Seluruh pedagang menggunakan modal pribadi tanpa dukungan dari lembaga keuangan atau pemerintah desa. Tidak adanya akses terhadap program bantuan modal usaha maupun pinjaman produktif menyebabkan para pelaku usaha tidak mampu melakukan ekspansi, inovasi produk, maupun peningkatan layanan. Hal ini juga diperparah dengan rendahnya literasi keuangan dan tidak adanya sosialisasi program permodalan secara merata.

Kondisi fasilitas penunjang usaha di kawasan wisata Pantai Lalape masih sangat minim dan tidak terawat. Fasilitas dasar seperti toilet umum, tempat sampah, air bersih, tempat duduk pengunjung, hingga infrastruktur jalan dan penerangan tidak tersedia secara memadai. Tidak adanya perencanaan terpadu dan sistem pemeliharaan fasilitas menyebabkan lokasi wisata ini kehilangan daya tarik, baik bagi wisatawan maupun pedagang yang berusaha bertahan di tengah keterbatasan tersebut.

Mayoritas pedagang belum memiliki kemampuan manajerial usaha yang memadai. Usaha dikelola secara otodidak, tanpa pencatatan keuangan, tanpa perencanaan stok yang baik, serta tanpa strategi promosi. Minimnya pelatihan atau pendampingan dari pemerintah desa menyebabkan pelaku usaha kesulitan dalam meningkatkan efisiensi operasional, inovasi produk, maupun layanan terhadap pengunjung. Akibatnya, usaha cenderung berjalan secara pasif dan stagnan, tanpa perkembangan yang berarti.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifa, P. N. A., & Nugroho, M. S. (2022). Peran Masyarakat dalam Menarik Minat Kunjungan Wisatawan: Studi di Kampung Adat Prailiu Kabupaten Sumba Timur. *Jurnal Pariwisata Nusantara (JUWITA)*, 1(1), 1–12.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Daga, R., Maddatuang, B., & Wahyuni, R. (2020). Faktor–Faktor Penghambat Penggunaan E-Commerce pada Usaha Mikro Kecil di Kota Makassar. *YUME: Jurnal of Management*, 3(3), 115–127.
- Handayani, A. D. (2023). Digitalisasi umkm: peningkatan kapasitas melalui program literasi digital. *Jurnal Signal*, 11(1), 104–119.
- Hartatik, H., Rukmana, A. Y., Efitra, E., Mukhlis, I. R., Aksenta, A., Ratnaningrum, L. P. R. A., & Efdison, Z. (2023). *TREN TECHNOPRENEURSHIP: Strategi & Inovasi Pengembangan Bisnis Kekinian dengan Teknologi Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hasan, M. N., Abdillah, F. S., Rahmawati, N., & Husnah, R. (2022). Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Melalui Warung Titipan (Wartip) Untuk Mendukung Desa Paciran Sebagai Sentra UMKM di Kabupaten Lamongan. *Jurnal Praja Lamongan*, 5(1).
- Kadin Indonesia. (2023). *UMKM Indonesia*. Kadin.Id. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Kep KUKM. (2021). *Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2021 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Mikro dan Kecil*.
- Mardatilla, M. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan pada PT. Mitra Keluarga Sehat. *Administratus*, 2(3), 161–186.
- Pemerintah Gorontalo. (2016). *Peraturan Daerah Provinsi Gorontalo Nomor 2 Tahun 2016 tentang Penataan dan Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima*.
- Pemerintah Indonesia. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*.

- Primasari, D., & Khoirunisa, R. (2024). PENGAMATAN SOSIAL-EKONOMI UNTUK PENGEMBANGAN PARIWISATA BERKELANJUTAN DI CANDI PRAMBANAN. Universitas Negeri Jakarta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sumarni, I. (2020). Optimalisasi laba menggunakan analisis cost volume profit (pada UMKM gula habang taratau di Kecamatan Jaro Kabupaten Tabalong). *PubBis: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 4(1), 73–81.
- Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 259.
- Utama, I. G. B. R. (2023). PARIWISATA NUSANTARA Ketahanan dan Keberlanjutan dalam Pendekatan Green Tourism. *Pariwisata Nusantara*, 103.
- Wahyudi, W., Mukrodi, M., Sugiarti, E., Marayasa, I. N., & Mawardi, S. (2022). Mengenal pemasaran digital dan market place: Solusi meningkatkan penjualan di masa pandemi covid-19. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 2(1), 44–53.