

## LAPAK PINTAR SEBAGAI UPAYA *BRANDING* BARU PASAR PABEAN PADA ERA COVID

Ahmad Dahlan<sup>1)</sup>, Aryo Bayu Wibisono<sup>2)</sup>, Maries Morse A. Widyadhari<sup>3)</sup>,  
Fidrotul Jamilah<sup>4)</sup>, Mauidzah Khasanah<sup>5)</sup>

<sup>1,2,3,4,5)</sup> Prodi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain  
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur  
18052010019@student.upnjatim.ac.id

### ABSTRAK

*Pandemi Covid-19 yang mulai melanda dunia sejak tahun 2019 lalu menjadi penyebab munculnya banyak permasalahan. Di Indonesia sendiri gelombang pandemi Covid-19 telah menelan banyak korban jiwa. Pemerintah telah melakukan berbagai upaya dan kebijakan untuk menekan laju perkembangan Covid-19 di Indonesia, salah satunya yaitu penerapan PPKM. Surabaya yang menjadi salah satu kota dengan lonjakan pasien Covid-19 cukup tinggi pun tidak luput dari kebijakan PPKM. Berbagai bidang dan sektor di Surabaya terkena dampak cukup besar dari kebijakan PPKM ini, salah satunya yaitu Pasar Pabean. Pasar Pabean merupakan pasar ikan terbesar di Surabaya yang juga menjadi tempat berdagang bagi para pedagang kecil dan menengah. Sejak kebijakan PPKM diberlakukan, para pedagang di Pasar Pabean mulai kehilangan pelanggan dan terancam kehilangan pekerjaannya. Oleh karena itu, diperlukan sebuah solusi dimana para pedagang ini tetap bisa menjalankan profesinya meski di tengah pandemi Covid-19 dan segala kebijakannya.*

**Kata Kunci** *Pandemi, Covid-19, PPKM, Pasar Pabean, Aplikasi*

### ABSTRACT

*The Covid-19 pandemic that began to hit the world since 2019 has caused many problems. In Indonesia, the wave of the Covid-19 pandemic has claimed many lives. The government has made various efforts and policies to suppress the rate of development of Covid-19 in Indonesia, one of which is the implementation of PPKM. Surabaya, which is one of the cities with a fairly high spike in Covid-19 patients, did not escape the PPKM policy. Various fields and sectors in Surabaya were significantly affected by this PPKM policy, one of which was the Customs Market. Customs Market is the largest fish market in Surabaya which is also a trading place for small and medium traders. Since the PPKM policy was implemented, traders in the Customs Market have started to lose customers and are in danger of losing their jobs. Therefore, a solution is needed where these traders can still carry out their profession even in the midst of the Covid-19 pandemic and all its policies.*

**Keywords** *Pandemic, Covid-19, PPKM, Pabean Market, Application*

### PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 menyerang dunia sejak tahun 2019 dan menyebabkan banyak kerugian serta korban jiwa bagi hampir seluruh negara di dunia. Pandemi ini muncul pertama kali di Kota Wuhan yang berada di China pada akhir tahun 2019. Covid-19 merupakan sebuah penyakit menular yang disebabkan oleh virus yang baru ditemukan. Dikarenakan belum adanya obat atau vaksin untuk virus jenis baru ini, pada bulan maret 2020 WHO (*World Health Organization*) mengumumkan bahwa Covid-19 menjadi pandemik yang bersifat global (WHO, 2020b). Virus ini dengan cepat menyebar ke seluruh dunia tidak terkecuali Indonesia. Covid-19 sendiri mulai masuk di Indonesia pada bulan Maret tahun 2020, dan kasus pertama ditemukan di Kota Depok, Jawa Barat. Dimana pasien pertama Covid-19 ini diduga tertular karena melakukan kontak dengan orang dari Jepang saat orang tersebut berkunjung ke Indonesia. Tidak butuh waktu lama bagi virus ini untuk menyebar di Indonesia dan menyerang

masyarakat. Virus ini berkaitan dengan kekebalan tubuh seseorang, dimana semakin lemah kekebalan tubuhnya maka semakin rentan ia terserang Covid-19. Oleh karena itu, virus ini lebih rentan menyerang orang yang sedang sakit atau orang tua yang kekebalan tubuhnya sudah menurun. Virus Covid-19 dapat dideteksi melalui gejala-gejalanya seperti demam, batuk, flu dan sesak nafas. Namun sayangnya tidak semua orang mengalami gejala yang sama. Ada juga kasus dimana seseorang tertular virus Covid-19 namun tidak mengalami satupun dari gejala tersebut, sehingga satu-satunya cara untuk mendeteksi virus ini adalah dengan melakukan tes dengan para tenaga kesehatan yang bersangkutan.

Kasus Covid-19 di Indonesia hingga 13 November 2020 mencapai 457.735 kasus dan jumlah pasien yang meninggal mencapai 15.037 (Worldometers, 2020) dan tidak kunjung menunjukkan tanda-tanda penurunan. Menanggapi hal ini, pemerintah memberlakukan berbagai kebijakan secara berkala dengan harapan bisa menurunkan kasus Covid-19 di Indonesia. Diantara kebijakan-kebijakan yang diterapkan pemerintah antara lain PPKM di Pulau Jawa khususnya kota Surabaya. Sebagian besar dari kebijakan-kebijakan yang diterapkan pemerintah ini berlaku untuk kota-kota besar di Indonesia seperti kota-kota di pulau Jawa yang memiliki lonjakan kasus Covid-19 cukup signifikan. Salah satu kota yang terdampak antara lain adalah Surabaya. Surabaya sendiri mengalami lonjakan kasus yang cukup signifikan terutama sejak awal tahun 2021. Hal ini memicu diberlakukannya PPKM (Pembatasan Pemberlakuan Kegiatan Masyarakat) khususnya kota Surabaya. PPKM merupakan suatu istilah untuk menyebut pemberlakuan kegiatan masyarakat dengan berbagai peraturan yang harus dipatuhi masyarakat.

Dampak dari PPKM itu berimbas bagi para pedagang kecil atau menengah untuk menjajakan dagangannya di jalanan, keramaian, pusat kota dan juga pasar. Hal ini diterapkan karena para pedagang dapat menimbulkan kerumunan yang dapat memperbesar kemungkinan terserang virus Covid-19. Banyak pedagang yang kehilangan pendapatan dan pekerjaannya sejak PSBB dan PPKM diberlakukan secara berkala, hal ini tentu saja membuat para pedagang ini kesulitan dalam memenuhi kebutuhan ekonomi. Salah satu aspek yang sangat terdampak di Surabaya adalah para pedagang di pasar. Aktivitas di pasar sangat dibatasi sejak PSBB dan PPKM diberlakukan sehingga banyak pedagang terancam kehilangan pekerjaannya. Pasar Pabean merupakan pasar ikan terbesar di Jawa Timur yang menjadi pusat penjualan dan perkulakan ikan mentah, seafood, rempah-rempah dan bumbu dapur. Pasar ini berlokasi di Jl. Kalimati Kulon (Jl. Songoyudan), Surabaya, Jawa Timur, Indonesia. Pasar ini sudah berdiri sejak tahun 1849. Karena sudah berdiri sejak lama, pasar ini memiliki sejarah yang panjang

Dulunya Pasar Pabean menjadi tempat bersandar kapal dan komoditas yang dikirim ke Negeri Kincir Angin, Belanda. Saat itu Indonesia masih dalam jeratan para kolonial karena baru merdeka, dan di masa ini pula Pasar Pabean menjadi tempat yang sangat sibuk sehingga sering disebut sebagai tempat yang tidak pernah tidur. Pada awalnya Pasar Pabean bukan menjadi pasar ikan, melainkan pasar tradisional biasa yang menjual berbagai bahan pokok, namun seiring berjalannya waktu, Pasar Pabean menjadi pusat perkulakan ikan dan rempah-rempah karena letaknya dekat dengan Pelra Kalimas yang hilir mudik mengangkut rempah-rempah. Sisa-sisa bukti kolonial masih banyak ditemukan dan berdiri kokoh di jalanan Pabean sejak dari jembatan merah yang menjadi pertanda Ujung Galuh yang mempertemukan Surabaya. Mulai dari bangunan khas Belanda sampai pada jalanan yang masih mulus tanpa lubang.

Selain sejarahnya, Pasar Pabean juga dikenal unik karena tradisinya yang masih terjaga hingga kini. Salah satu tradisi yang masih terjaga adalah tradisi antar pedangan di sana. Jika ada seorang pembeli yang sedang menawar di salah satu lapak di Pasar Pabean dan belum menemukan kesepakatan, makan penjual atau lapak di sebelahnya tidak boleh menawarkan barang dagangannya. Tradisi ini terus dijaga oleh para pedagang karena merupakan bentuk saling menghargai dan menghormati antar pedagang. Terdapat 2 (dua) jenis Pedagang ikan laut di Pasar Pabean yaitu Juragan (pedagang besar) dan bakul(pedagang kecil). Perbedaan kedua jenis pedagang tersebut terkait asal pasokan ikan. Juragan memasok ikan laut berasal dari nelayan, pengepul, dan pabrik, sedangkan bakul memasok ikan laut berasal dari para juragan. Perbedaan lain yaitu juragan memiliki karyawan dan umumnya memiliki lebih dari satu stan dagang, sedangkan bakul tidak memiliki karyawan dan hanya memiliki satu stan dagang.

Juragan dapat menjual ikan laut dalam satu hari sebanyak 500–1000 kg, sedangkan bakul dapat menjual ikan laut dalam satu hari sebanyak 50-100 kg.

Aktivitas keseharian juragan mulai datang ke Pasar Pabean pada pukul 10.00WIB. Persiapan yang dilakukan Juragan sebelum memulai berjualan yaitu : pertama, menyiapkan peralatan penunjang proses jual-beli seperti timbangan, keranjang, dan es batu. Kedua, menyiapkan buku catatan untuk mencatat penjualan ikan. Ketiga, menyiapkan uang recehan untuk uang kembalian. Keempat, jika juragan memiliki sisa stok penjualan hari sebelumnya, maka juragan akan mengeluarkan ikan dari kotak penyimpanan dan menata ikan di meja dagang. Pukul 11.00 –15.00WIB, juragan mulai menerima kiriman ikan dari pengirim atau pemasok. Kegiatan jual beli yang dilakukan juragan biasanya selesai pada pukul 19.00 WIB sampai dengan pukul 21.00WIB. Beberapa juragan akan menunda waktu pulang sampai ikan habis terjual, biasanya juragan mentoleransi sampai pukul 02.00 WIB atau pukul 03.00 WIB. Aktivitas keseharian pedagang eceran (Bakul) dimulai dari pukul 11.00WIBsampai dengan waktu Subuh. Bakulmemulai aktivitasnya dengan menyiapkan stan dagang dan mengambil ikan laut ke juragan. Pada pukul 19.00-20.00WIB, bakulmulai membayar ikan yang sudah diambil dari Juragan. Aktivitas jual-beli yang dilakukan pedagang eceran biasanya selesai pada pukul 03.00-04.00WIB.

Melihat potensi yang luar biasa dari Pasar Pabean dan juga peran Pasar Pabean sebagai salah satu branding di Surabaya, maka akan sangat disayangkan jika Pasar Pabean ini kehilangan perannya. Para Pedagang yang juga menggantungkan hidup dengan berjualan di Pasar Pabean juga terancam kehilangan pekerjaannya jika mereka tidak bisa terus berjualan di masa pandemi Covid-19 dikarenakan pemberlakuan berbagai kebijakan oleh pemerintah. Meski kebijakan PPKM mulai dilonggarkan dengan menerapkan PPKM level 4, dimana para penjajah makanan masih bisa berjualan dengan waktu yang terbatas, namun hal ini masih tidak bisa memberikan peluang bagi para pedagang di pasar. Pasar sebagai salah satu tempat dimana berkumpulnya banyak orang dinilai menjadi klaster besar penyebaran virus Covid-19 sehingga aktivitas para pedagang di pasar termasuk Pasar Pabean masih dilarang dan sangat dibatasi.

Dikarenakan hal tersebut maka diperlukan sebuah solusi yang dapat mengatasi masalah terutama masalah para pedagang yang tidak bisa berjualan lagi di Pasar Pabean secara tatap muka. Maka salah satu cara paling efektif untuk masalah ini adalah dengan memanfaatkan teknologi yang sudah berkembang saat ini, seperti misalnya aplikasi jual beli. ‘Lapak Pintar’ hadir sebagai aplikasi jual beli yang menaungi aktifitas jual beli di Pasar Pabean. Aplikasi ini dapat menghubungkan para pedagang di Pasar Pabean dengan para pembeli sehingga mereka tetap bisa melaksanakan aktivitas jual beli meski terhalang oleh berbagai kebijakan pemerintah yang mengharuskan semua orang untuk saling menjaga jarak. Dengan adanya aplikasi sebagai bentuk *destination branding* ini diharapkan dapat membawa nama Pasar Pabean tetap eksis di zaman yang seba modern ini dan tetap bertahan di masa pandemi, sekaligus dapat mengembangkan potensi Pasar Pabean dan membuat masyarakat local lebih mencintai produk dan tradisi dalam negeri.

## **METODE PERANCANGAN**

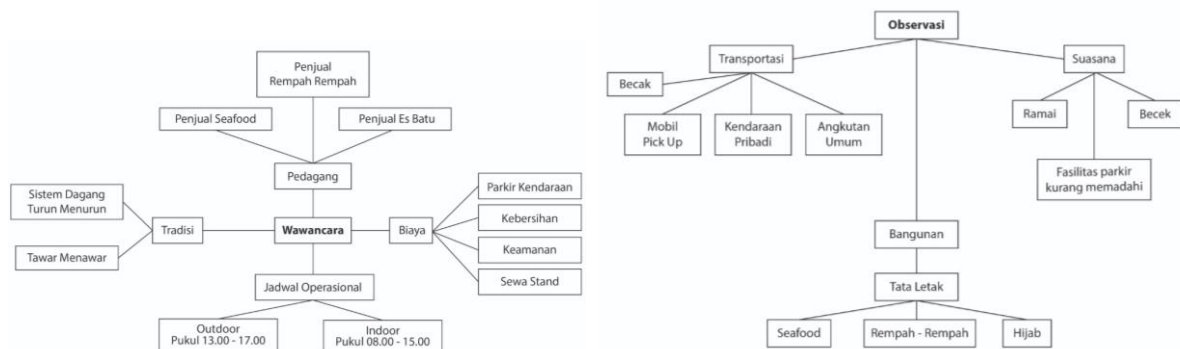
Dalam merancang *destination branding* Pasar Pabean, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Terdapat dua jenis data yang kami gunakan untuk merancang *destination branding* Pasar Pabean ini diantaranya adalah data primer dan data sekunder. Dalam pengumpulan data primer penulis menggunakan beberapa metode diantaranya :

1. Wawancara mendalam dengan beberapa pedagang yang ada di Pasar Pabean. Diantara para pedagang yang terlibat dalam wawancara mendalam adalah pedagang Es Balok dan pedagang ikan. Wawancara ini dilakukan *on the spot* di Pasar Pabean dengan mengunjungi langsung para pedagang saat sedang berjualan.
2. Observasi lingkungan di Pasar Pabean yang dilakukan selama beberapa kali dan diabadikan hasilnya dengan menggunakan foto dan video. Observasi ini dilakukan untuk mengetahui keadaan Pasar Pabean yang sebenarnya.

3. Kuisisioner internal yang disebar ke para pengunjung di Pasar Pabean dengan berbagai rentang usia menggunakan kertas yang memuat berbagai pertanyaan seputar pengalaman berkunjung ke Pasar Pabean. Kuisisioner internal ini bertujuan untuk mengetahui Pasar Pabean dari sudut pandang pengunjung atau pembeli.
4. Kuisisioner eksternal (AIO) yang disebar melalui google form dengan responden yang memiliki rentang usia dewasa agar didapatkan data yang valid sesuai dengan target usia pengunjung yang banyak mengunjungi Pasar Pabean. Tujuan dari kuisisioner eksternal ini adalah untuk mengetahui desain seperti apa yang sesuai untuk diterapkan dalam *branding* Pasar Pabean. Selain menggunakan data primer, penulis juga menggunakan data sekunder Jurnal, buku atau literatur lainnya.

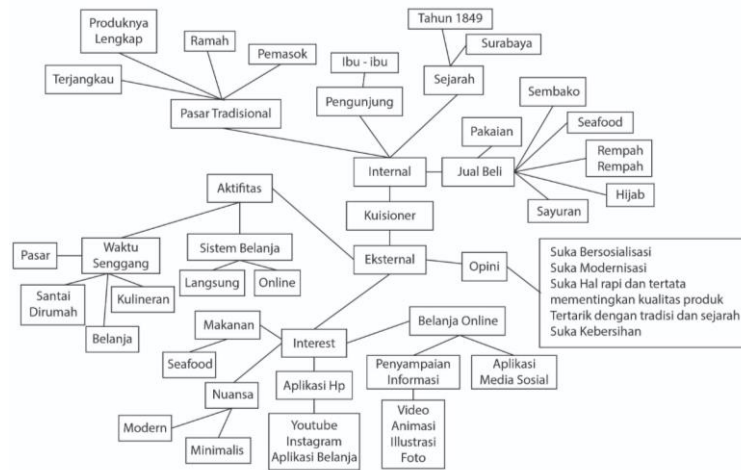
## PEMBAHASAN

### Analisis Data Wawancara, dan Observasi



Gambar 1. Taksonomi Wawancara, dan Observasi

### Analisis Data Wawancara, dan Observasi



Gambar 2. Taksonomi Kuesioner

Melalui ketiga taksonomi tersebut, dapat ditarik kesimpulan beberapa poin penting yang sesuai dengan identitas Pasar Pabean. Diantara hal penting yang menjadi identitas kuat dari Pasar Pabean yang pertama adalah 'belanja', karena tidak bisa dipungkiri bahwa pasar tradisional tidak akan pernah lepas dari kegiatan transaksi belanja antara penjual dan pembeli, dan tujuan para pengunjung atau para pedagang di Pasar Pabean datang ke Pasar Pabean adalah untuk melakukan kegiatan belanja. Poin berikutnya yang penting menjadi identitas Pasar Pabean sekaligus menjadi alasan kuat dilakukannya *destination branding* di Pasar Pabean adalah 'cermat'.

## KEYWORD DAN TAGLINE

Melalui taksonomi yang sudah dilakukan, maka dapat ditarik kata kunci yang akan menjadi pondasi untuk melakukan *destination branding* Pasar Pabean. Berikut adalah keywordnya adalah “ Belanja cermat” makna denotasi dari keyword tersebut adalah,

1. Belanja : Belanja dalam keyword ini merupakan aktivitas pemerolehan barang atau jasa dengan tujuan membeli. Yang mana didalam pasar belanja adalah aktivitas utama bagi para pembeli.
2. Cermat : Kata cermat ini merujuk pada kegiatan dalam hal jual beli di dalam pasar seperti, cermat dalam memilah barang, cermat dalam memikirkan kualitas, cermat dalam menentukan harga atau yang lainnya. Cermat memiliki arti keterampilan atau kepandaian dalam memilih atau memanfaatkan sesuatu dengan tujuan keuntungan sebesarnya.

Selain kata kunci, hal yang tidak kalah penting untuk menjadi pondasi awal pada *branding* adalah *tagline*. Melalui pencarian ide dan kesesuaian dengan kata kunci, *tagline* yang dianggap sesuai dengan konsep dari Pasar Pabean adalah “Lapak Pintar”. Arti dari tagline ini representasi Pasar Pabean sebagai lapak (tempat berjualan atau membeli sesuatu) yang berkembang menyesuaikan diri dengan modernisasi sehingga menjadi lebih canggih dan modern tanpa meninggalkan tradisi yang sejak dulu ada. Dilengkapi dengan berbagai kemudahan dan fasilitas yang ditawarkan oleh Pasar Pabean menjadikannya sebagai tempat membeli barang yang ‘pintar’.

## Konsep Verbal dan Konsep Visual

Sebelum masuk ke desain yang akan digunakan, penentuan konsep verbal dan konsep visual sangat penting untuk dilakukan terlebih dahulu agar semua desain yang dihasilkan nanti seragam dan tidak keluar dari jalur yang sudah ditentukan. Melalui kata kunci dan *tagline* yang sudah ditentukan maka dapat ditarik konsep verbal dan visual sebagai berikut:

### 1. Konsep Verbal

#### **What to say :**

Mempertahankan potensi tradisi yang ada di pasar pabean yang bertahan sampai sekarang, didukung dengan potensi sejarah yang sangat kuat dan melekat kepada para konsumen yang sedang membutuhkan produk seperti ikan dan rempah rempah.

#### **How to say :**

Perancangan branding pasar pabean akan dikembangkan dengan melihat potensi pasar yang sangat kuat dalam hal transaksi, karena pada zaman modern ini persaingan dalam perdagangan sangat kuat sehingga butuh inovasi yang bisa mempertahankan transaksi di pasar tradisional yang bisa membantu penjual dan pembeli bertransaksi secara mudah dengan memanfaatkan aplikasi, dengan adanya aplikasi ini pembeli akan sangat mudah bertransaksi dengan penjual melewati aplikasi dan dibantu dengan jasa tukang becak dan ojek sebagai pihak ketiga dalam transaksi (kurir).

### 2. Konsep Visual

#### a. Logo :



Gambar 3. Logo

Sesuai dengan hasil kuisioner internal yang kami dapat, logo menggunakan desain yang modern dan minimalis sehingga mudah melekat di benak masyarakat dan dapat mengikuti perkembangan

zaman dengan baik. Warna pada logo menggunakan dua warna, oranye dan hijau sebagai perwujudan logo yang simple dan minimalis.

b. Aplikasi belanja dengan beberapa fitur :

Pada halaman awal atau home page aplikasi akan ditampilkan ucapan selamat datang dan informasi terbaru seputar kegiatan atau promosi yang diadakan oleh Pasar Pabean. Serta ada button Kategori, Favorit, dan Acara, Serta ditambah bagian produk unggulan yang sering di beli dalam satu minggu itu akan mempermudah berbelanja dengan menekan barang favorit atau yang biasa dibeli.



Gambar 4. Home page aplikasi

Pada halaman acara terdapat beberapa program unggulan dari aplikasi Lapak Pintar, dalam halaman acara terdapat selama setahun yang di program kan untuk memeriahkan pasar pabean, salah satu program yang di lakukan 3 kali dalam setahun yaitu Gebyar Fishtival



Gambar 5. Halaman acara

Pada halaman Favorit terdapat produk produk yang sering di beli pada aplikasi lapak pintar, fitur ini akan mempermudah para pengguna untuk mempercepat membeli barang barang yang sering di beli, sehingga tidak harus mencari lagi barang yang biasa di beli



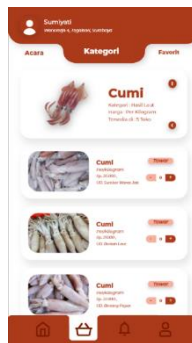
Gambar 6. Halaman favorit

Pada halaman keranjang, kita akan diperlihatkan produk apa saja yang tersedia di pasar pabean, ada beberapa produk yang paling banyak di jual di pasar pabean yaitu, cumi, ikan kering, bandeng, jahe, Bawang Putih, Bawang merah, Mujaer, Kepiting dll



Gambar 7. Halaman keranjang

Dalam aplikasi lapak pintar masih menyediakan fitur yang hampir sama dengan pasar, dalam aplikasi lapak pintar setiap produk akan di sinkron kan dengan lapak lapak yang menyediakan produk tersebut dengan harga yang bervariasi, dan ada fitur untuk tawar menawar untuk tetap menyamakan dengan nuansa pasar



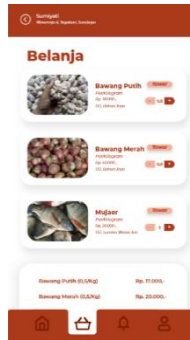
Gambar 8. Tampilan aplikasi

Jika pengguna ingin melakukan penawaran pada suatu produk akan di arahkan ke halaman profil toko dan bisa langsung telfon pemilik toko sehingga masih bisa merasakan nuansa tawar menawar seperti di pasar



Gambar 9. Tampilan aplikasi

Setelah memilih produk produk yang akan dibeli akan di arahkan ke halaman detail harga, dan ada biaya tambahan seperti kantong plastic dan ongkir ke rumah pembeli



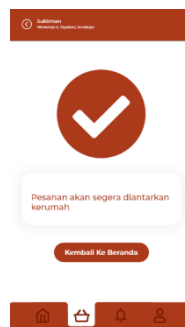
Gambar 10. Tampilan aplikasi

Pada halaman selanjutnya ditampilkan detail alamat dan pemilihan pembayaran ada 2 fitur bayar di tempat dan bisa melalui debit yang bisa diarahkan transfer ke rekening toko



Gambar 11. Tampilan aplikasi

Setelah melakukan pembayaran maka kurir akan mengambil barang di toko, dan segera diantar ke pembeli



Gambar 12. Tampilan aplikasi

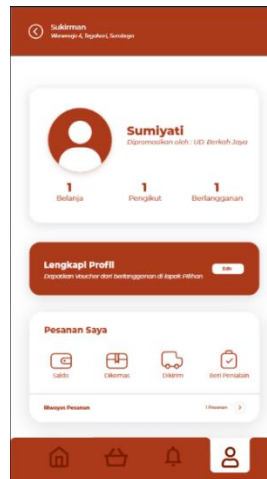
Pada fitur notifikasi akan memberikan Pemberitahuan tentang acara dan Diskon yang sedang tersedia per hari ini



Gambar 13. Tampilan aplikasi



Pada fitur profil ada beberapa bagian yaitu bagian profil sendiri ada keterangan berapa kali berbelanja, seberapa banyak pengikut fungsi dari pengikut ini ada keterangan bahwa pembeli ini sudah ter verifikasi oleh orang lain dan bisa saling memberikan respon, dan keterangan berlangganan seberapa banyak pengguna berlangganan dengan toko yang ada di lapak pintar. Pada bagian pesan saya ada fitur untuk melihat saldo, proses pemesanan ada dikemas, dikirim, dan memberikan penilaian, serta ada riwayat pesanan



Gambar 14. Tampilan aplikasi

Media lainnya, diwujudkan dalam bentuk dukungan visual dalam produk Apron, Truk pengangkut barang, Tenda untuk berjualan dan Tas belanja dengan desain dan warna sesuai dengan desain Lapak Pintar



Gambar 15. Media lainnya

## KESIMPULAN

Pasar Pabean dengan segala tradisi dan sejarahnya sangat berharga dan tidak boleh begitu saja hilang karena perkembangan zaman. Adanya Lapak Pintar akan membuat Pasar Pabean lebih berkembang dan dikenal oleh kalangan milenial sebagai penerus bangsa kedepannya. Adanya Lapak Pintar pula maka segala tradisi di Pasar Pabean termasuk transaksi yang dilakukan dapat berbaur dengan teknologi modern sehingga keberadaannya tetap terjaga. Diharapkan dengan adanya Lapak Pintar, pengunjung akan lebih tertarik untuk berbelanja di Pasar Pabean dan membuat Pasar Pabean menjadi pasar tradisional yang terus berdiri kokoh di tengah kemajuan zaman.

## REFERENSI

- Muhammad Farid, "Aktivitas Pedagang Ikan Laut di Pasar Pabean Surabaya"  
Marjinalisasi Perempuan Kuli Panggul di Pasar Pabean Surabaya Marjinalisasi Perempuan Kuli Panggul di Pasar Pabean Surabaya, *Jurnal Masyarakat dan Budaya*: Vol. 22 No. 1 (2020)
- Nisa, C., & Hadiatin, H. (2019). Analisis Tindak Tutur Penjual Dan Pembeli Di Pasar Pabean. *Pentas : Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 5(2), 49-56.
- Ramadhani, Okky (2020) *Analisis Pendapatan Pedagang Ikan Laut Di Pasar Tradisional Pabean Surabaya*. Undergraduate thesis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Saat Pandemi Covid-19 Di Kota Surabaya (2020) (Studi Kasus Di Pasar Pucang Surabaya) Budi Prayitno Renta Yustie Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
- Ainur Rohmah, <https://ojs.stiemahardhika.ac.id/index.php/mahardhika/article/download/220/181/>  
Pandemi Covid-19 Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumen Di Indonesia (2020)  
<http://www.portaluniversitasquality.ac.id:5388/ojsystem/index.php/REGIONOMIC/article/view/468/257>
- Optimalisasi Grup Whatsapp Pasar Virtual untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Terdampak Pandemi COVID-19  
<https://jurnal.ikipjember.ac.id/index.php/dedication/article/view/448>
- Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19 (2021) Pengaruh Pandemi Virus Corona (Covid-19) Terhadap Pendapatan Pedagang Sayur Dan Buah Di Pasar Tradisional "Pajak Pagi Pasar V" Padang Bulan (2020)  
<https://sultanist.ac.id/index.php/sultanist/article/view/206/pdf>
- Kebijakan Covid-19 Dari PSBB Hingga PPKM Empat Level. Kompas Pedia oleh Desi Permatasari (31 Juli 2021)  
<https://kompaspedia.kompas.id/baca/infografik/kronologi/kebijakan-covid-19-dari-psbb-hingga-ppkm-empat-level>