

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang di dapatkan di lapangan, maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut :

Strategi yang di lakukan oleh para Pelaku UMKM Bidang Kuliner di seputaran Gomong Mataram diantaranya adalah strategi *E-Commers*, *Digital Marketing* dan *Customer Relationship Marketing* (CRM). Strategi *E-Commerce* merupakan srategi yang dilakukan oleh para Pelaku UMKM dari perusahaan satu ke perusahaan lain dalam memasarkan dan membeli produk dengan memanfaatkan alat elektronik yaitu computer, selanjutnya Strategi *Digital Marketing* dilakukan oleh Pelaku UMKM untuk mencari pasar dan memasarkan produk dengan memanfaatkan *social* media yang ada pada sekarang ini contohnya seperti menggunakan aplikasi *Instagram*, *Facebook*, *WhatsApp* dan *social* media lainnya dan yang terakhir yaitu menggunakan Strategi *Customer Relationship Marketing* (*CRM*), dengan strategi CRM ini para Pelaku UMKM selalu mempertahankan pelanggan mereka, mempertahankan pelanggan yang loyal dan puas. Dimana ketiga strategi ini sangat berpengaruh bagi Pelaku UMKM dalam menghadapi Pasar di Era Pandemi Covid-19 ini.

5.2 SARAN

Dari hasil penelitian yang di lakukan maka dapat di di berikan saran sebagai berikut :

- 5.2.1 Kepada pemerintah khususnya Lurah Gomong Kec. Selaparang Kota Mataram ini diharapkan agar semakin lebih bisa mengembangkan dan mengkoordinir UMKM yang ada di Gomong Mataram ini agar semakin lebih bisa berkembang lagi.
- 5.2.2 Bagi masyarakat Gomong Mataram, khususnya para Pelaku UMKM, harus tetap bisa mempertahankan hal-hal kecil maupun hal-hal besar untuk terus bisa mengembangkan UMKM yang mereka miliki.
- 5.2.3 Bagi peneliti hasil penelitian ini dapat di gunakan sebagai bahan pelajaran mengenai bagaimana Strategi UMKM dalam menghadapi Pasar di Era Pandemi Covid-19 ini dan digunakan sebagai bahan penelitian selanjutnya. Penelitian ini juga masih jauh dari kata sempurna oleh karena itu peneliti masih membutuhkan bimbingan mengenai bagaimana Strategi yang harus dilakukan dalam menghadapi pandemic-pandemi selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku, Jurnal dan Artikel

- Alfrian, G. R., & Pitaloka, E. (2020, November). *Strategi Usaha MIKRO, Kecil, dan Menengah (UMKM) Bertahan Pada Kondisi Pandemi COVID 19 di Indonesia. In Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)* (Vol. 6, No. 2, pp. 139-146).
- Dwijayanti, A., & Pramesti, P. (2021). *Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek Beradek di masa Pandemi Covid-19. IKRA-ITH ABDIMAS*, (Vol. 4, No.2) hal 68-73.
- Kuswantoro, K., & Alfi, I. (2020). *Strategi Keuangan UMKM Cilacap Menghadapi Pandemi Covid 19 (Studi Kasus UMKM Kabupaten Cilacap). Jurnal Teknologi dan Bisnis*, (Vol. 2, No.1) hal 40-51.
- Laura Hardilawati, W. (2020). *Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, (Vol. 10, No. 1) hal 89-98
- Mumtahana, H. A., Nita, S., & Tito, A. W. (2017). *Pemanfaatan Web E-Commerce untuk meningkatkan strategi pemasaran. Khazanah Informatika : Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika*, (Vol. 3, No. 1) hal 6-15.
- NAIMAH, R. J., WARDHANA, M., HARYANTO, R., & PEBRIANTO, A. (2020). *Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran UMKM. Jurnal IMPACT : Implementation and Action*, (Vol. 2, No. 2) hal 119-130

Narto, N., & HM, G. B. (2020). *Penguatan Strategi Pemasaran Puduk di Tengah Pandemi Covid-19 Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Gresik. Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, (Vol. 6, No. 1) hal 48-54

Suci, Y. R. (2017). *Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia. Cano Ekonomos*, (Vol. 6, No. 1) hal 51-58.

B. Website

<https://endah240395.wordpress.com/2015/01/05/makalah-umkm/>

<http://tiafebriannelina.blogspot.com/2016/11/definisi-dan-kriteria-umkm-berdasarkan.html>

<https://www.google.co.id/amp/s/amp.kompas.com/skola/read/2020/01/27/120000769/pasar-pengertian-fungsi-ciei-ciri-dan-jenisnya>

LAMPIRAN

WAWANCARA

Nama : Lalu Husni Bardin

Tahun : 53 Tahun

Pekerjaan : Lurah

Pertanyaan :

1. Bagaimana peran Pemerintah Lurah dalam mengembangkan UMKM di Gomong Mataram ?
2. Apa saja faktor yang mempengaruhi dalam pengembangan UMKM di Gomong Mataram ?
3. Bagaimana bentuk kerjasama antar Pemerintah Lurah dengan Pengelola UMKM dalam mengembangkan UMKM tersebut ?
4. Apa dampak positif dan negatif dari pengembangan UMKM di Gomong Mataram ?
5. Bagaimana perekonomian masyarakat di Gomong Mataram dengan adanya UMKM ini :

Jawaban :

1. Penduduk di Gomong Mataram sebagian besar bekerja dalam bidang jasa dan di bidang UMKM Kuliner, dengan adanya UMKM tersebut kami dari Pemerintah Lurah selalu mengkoordinasi para Pelaku UMKM tersebut dengan Dinas Perdagangan dan Koperasi untuk mendapatkan bantuan modal.

2. Faktor pertama adalah modal, karena semakin banyak bantuan modal yang didapatkan maka semakin berkembang pula UMKM itu. Kedua pangsa pasar, karena kekuatan posisi para Pelaku UMKM disebuah pasar akan mempengaruhi perkembangan UMKM itu, dan yang terakhir adalah bahan-bahan pokok, karena dengan adanya bahan-bahan pokok yang mendukung makan usaha yang akan dijalani akan terus berjalan.
3. Memberikan bantuan modal dengan cara mengkoordinir para Pelaku UMKM untuk bekerjasama dengan Dinas Perdagangan dan Koperasi dan memberikan pelatihan untuk mendapatkan pangsa pasar yang tepat.
4. Dampak positif nya : yang pertama bisa mensejahterakan masyarakat, terutama para pelaku UMKM itu sendiri, yang kedua bisa menciptakan lapangan pekerjaan dan yang terakhir bisa membangkitkan perekonomian masyarakat di Gomong Mataram.
Dampak negative nya : semakin banyaknya persaingan antar UMKM-UMKM tersebut.
5. Alhamdulillah dengan adanya UMKM ini perekonomian masyarakat Gomong Mataram bisa dikatakan sejahtera karena bisa membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang belum bekerja.

Nama : Hera

Tahun : 45 Tahun

Pekerjaan : Pelaku UMKM (Kedai Kamila Risoles)

Pertanyaan :

1. Apa saja strategi yang harus dilakukan oleh Bapak/Ibu dalam menghadapi Pasar di Era Pandemi ini ?
2. Jenis promosi apa saja yang anda lakukan selama masa Pandemi ini ?
3. Bagaimana cara Bapak/Ibu untuk mempertahankan pelanggan agar tetap memilih untuk membeli produk anda selama masa Pandemi ini ?
4. Sejauh mana perbedaan pengunjung usaha anda sebelum dan sesudah Pandemi ini ?

Jawaban :

1. Memanfaatkan teknologi yang ada, melakukan penjualan melalui ninternet, salah satunya dengan bantuan Grab dan Gojek *Online*.
2. Promosi *social media*, dengan memposting produk-produk kami melalui akun *Instagram, Fcebook, WhatsApp* dan *Website* kami.
3. Selama pandemic ini kami selalu menjaga cita rasa, kebersihan, loyalitas dan kenyamanan terhadap para pelanggan kami agar mereka juga selalu merasa puas dengan apa yang kami sediakan.
4. Sebelum masa pandemic ini pengunjung kami selalu ramai dikunjungi, namun setelah pandemic ini pengunjung yang ada hingga berkurang dari yang sebelum pandemic bisa 90% dan sekarang hanya 45%.

Nama : Geri

Tahun : 17 Tahun

Pekerjaan : Pelaku UMKM (Es Podeng)

Pertanyaan :

1. Apa saja strategi yang harus dilakukan oleh Bapak/Ibu dalam menghadapi Pasar di Era Pandemi ini ?
2. Jenis promosi apa saja yang anda lakukan selama masa Pandemi ini ?
3. Bagaimana cara Bapak/Ibu untuk mempertahankan pelanggan agar tetap memilih untuk membeli produk anda selama masa Pandemi ini ?
4. Sejauh mana perbedaan pengunjung usaha anda sebelum dan sesudah Pandemi ini ?

Jawaban :

1. Alhamdulillah saya mencoba memanfaatkan kecanggihan teknologi ini, dengan saya mempermosikan dan menjual produk saya di internet dan dengan bantuan *Go Food*.
2. Saya melakukan promosi melalui akun *social media* saya seperti aku *Facebook* dan *WhatsApp* saya.
3. Dengan cara mempertahankan cita rasa, melayani konsumen dengan baik dan selalu menjaga kebersihan.
4. Setelah masa Pandemi ini konsumen yang membeli produk saya berubah drastis menjadi 25% perhari dari yang 100% sebelum masa Pandemi ini perhari.

Nama : Niah

Tahun : 23 Tahun

Pekerjaan : Pelaku UMKM (Rumah Makan Upuy)

Pertanyaan :

1. Apa saja strategi yang harus dilakukan oleh Bapak/Ibu dalam menghadapi Pasar di Era Pandemi ini ?
2. Jenis promosi apa saja yang anda lakukan selama masa Pandemi ini ?
3. Bagaimana cara Bapak/Ibu untuk mempertahankan pelanggan agar tetap memilih untuk membeli produk anda selama masa Pandemi ini ?
4. Sejauh mana perbedaan pengunjung usaha anda sebelum dan sesudah Pandemi ini ?

Jawaban :

1. Strategi yang kami lakukan selama masa Pandemi ini salah satunya dengan memanfaatkan internet dan bantuan dari *Go Food* serta kami melakukan promosi penurunan harga lewat *Go Food* itu.
2. Yang kami lakukan adalah promosi diskon melalui *social media*, melalui Grab dan Gojek *Online*.
3. Kami selalu mempertahankan kualitas produk kami, cita rasa, kenyamanan dan kebersihan di tempat kami agar para pelanggan selalu puas dan loyal terhadap usaha kami.
4. Selama masa Pandemi ini pelanggan yang berkunjung ke Café kami bisa 70% berkurang dibandingkan sebelum Pandemi ini.

Nama : Nasrullah

Tahun : 38 Tahun

Pekerjaan : Pelaku UMKM (Kebalen Cafe)

Pertanyaan :

1. Apa saja strategi yang harus dilakukan oleh Bapak/Ibu dalam menghadapi Pasar di Era Pandemi ini ?
2. Jenis promosi apa saja yang anda lakukan selama masa Pandemi ini ?
3. Bagaimana cara Bapak/Ibu untuk mempertahankan pelanggan agar tetap memilih untuk membeli produk anda selama masa Pandemi ini ?
4. Sejauh mana perbedaan pengunjung usaha anda sebelum dan sesudah Pandemi ini ?

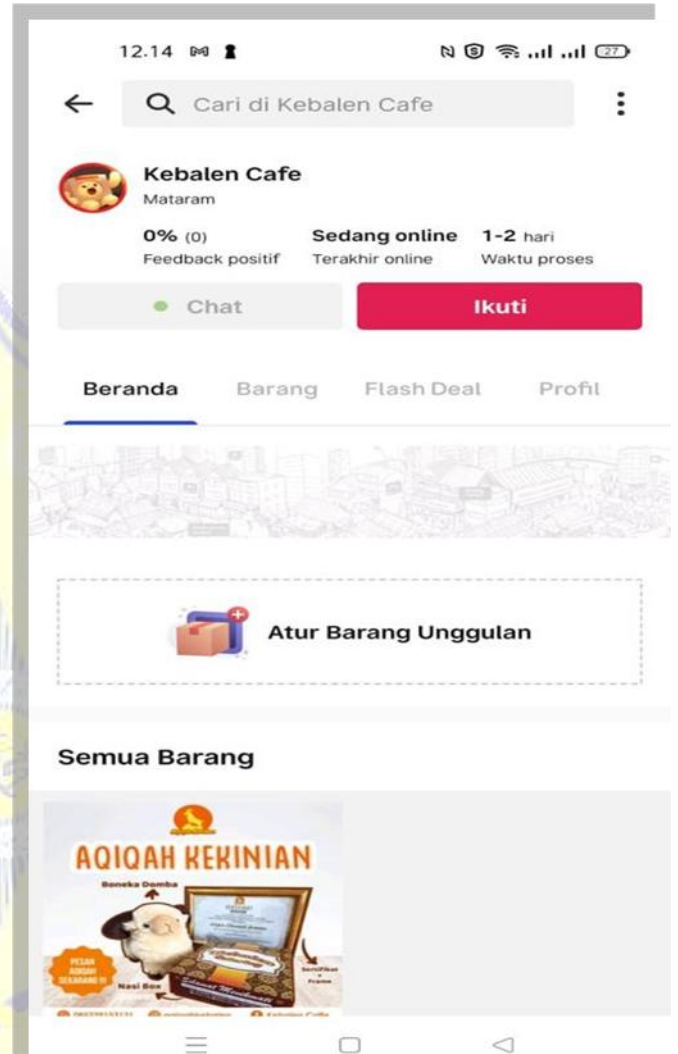
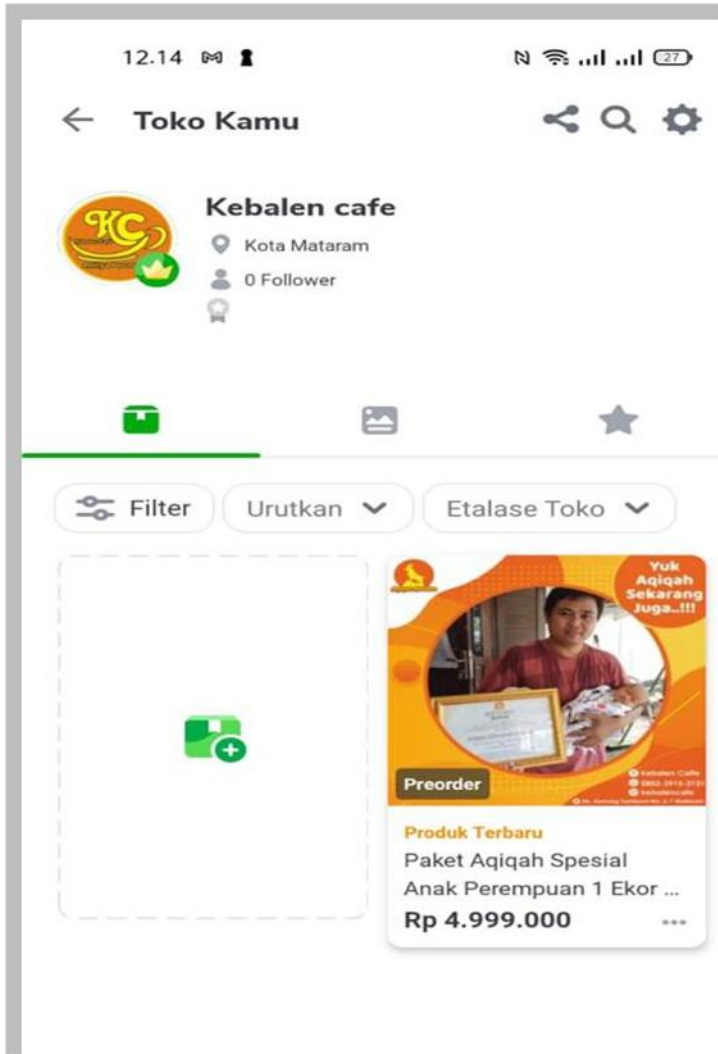
Jawaban :

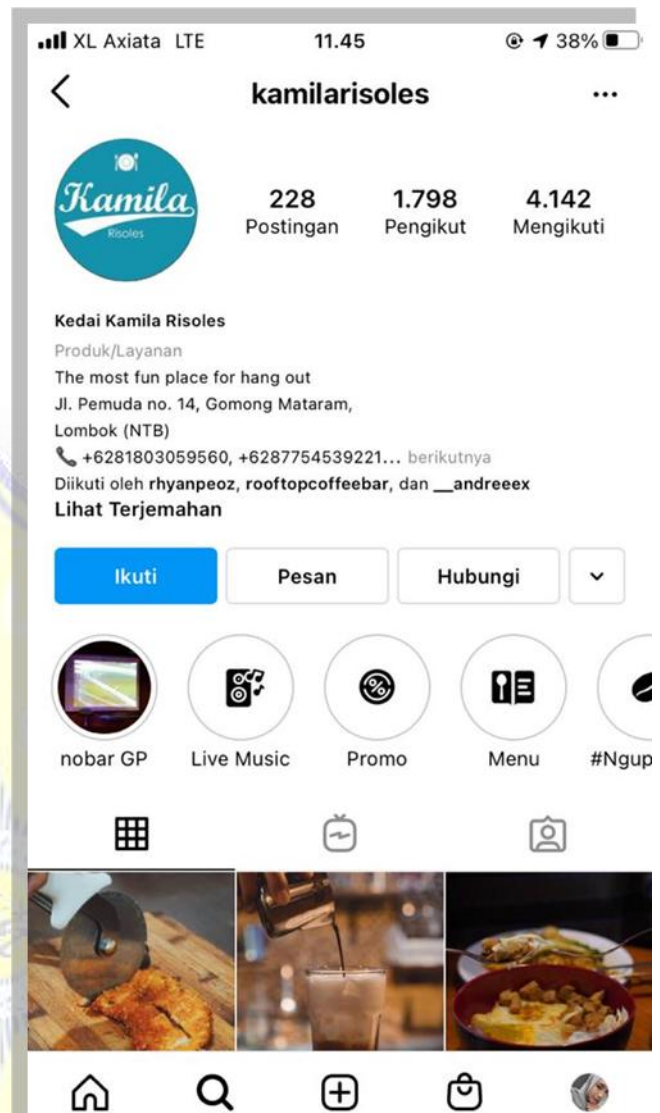
1. Selama pandemic ini, kami selalu memanfaatkan internet untuk menjual dan menawarkan produk yang kami sediakan. Dengan adanya Grab dan Gojek *Online* juga kami selalu melakukan promosi *online* hingga 30% dan mencoba untuk menggunakan jasa *Endorse*.
2. Promosi yang kami lakukan yaitu promosi *social media*, melalui akun-akun kami seperti *Instagram*, *Facebook*, *Tiktok* dan *WhatsApp*. Dengan promosi melalui *social media* ini kami tetap bisa menjual produk-produk kami.
3. Kami mempertahankan pelanggan dengan cara tetap menjaga kenyamanan, kualitas, hrg, pelayanan, dan selalu menerapkan 5T (Terenak, Tercepat, Terbersih, Ternyaman dan Terluas). Dengan itu makan pelanggan akan merasa puas dan tetal loyal, kita juga bisa mendapatkan dan menarik pelanggan baru.

4. Selama pandemic ini, pelanggan Café kami turun hingga 30%, namun pada bulan maret awal-awal pandemic pelanggan kami turun hingga 50% dari yang biasanya pengunjung nya 100%. Perbedaan yang dirasakan sangat terasa setelah dan sebelum pandemic ini.

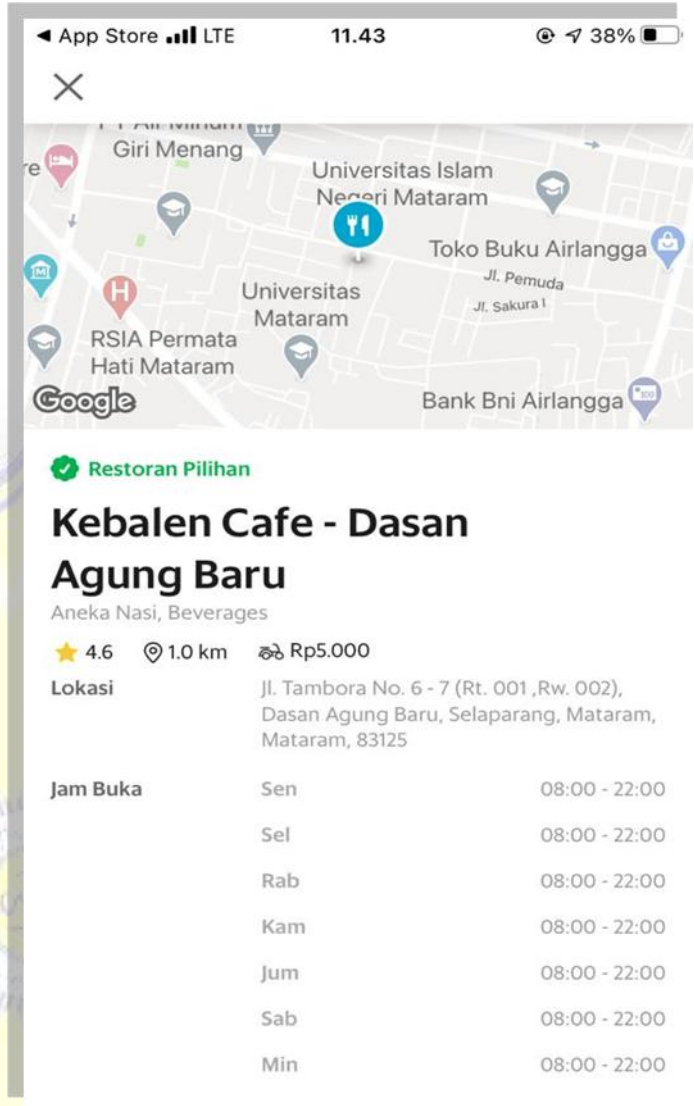
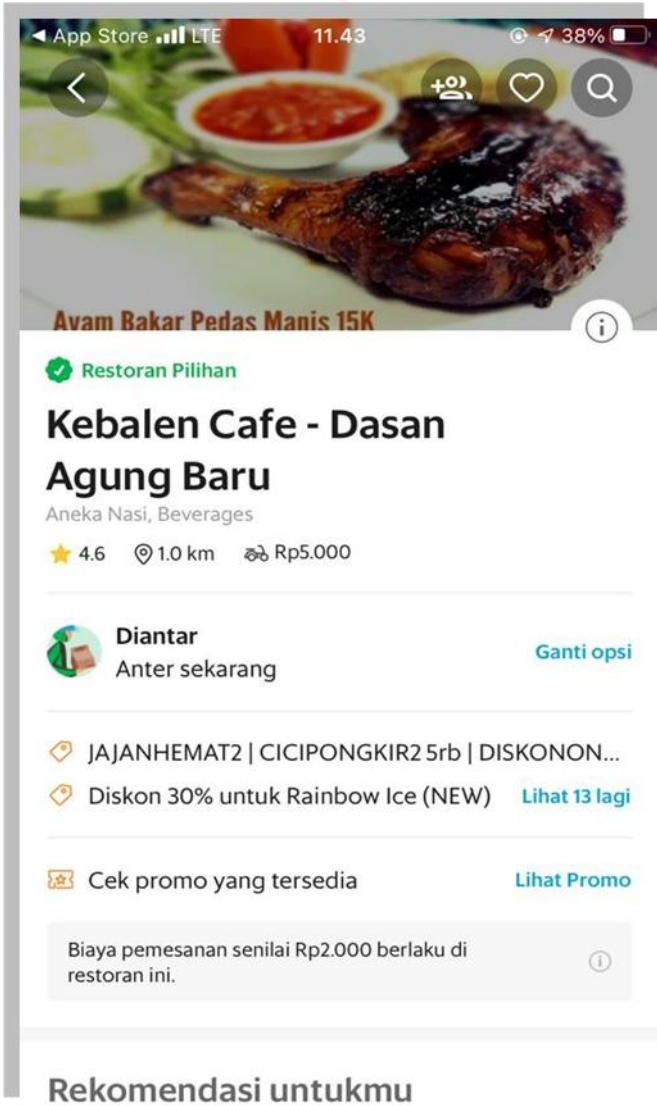


LAMPIRAN

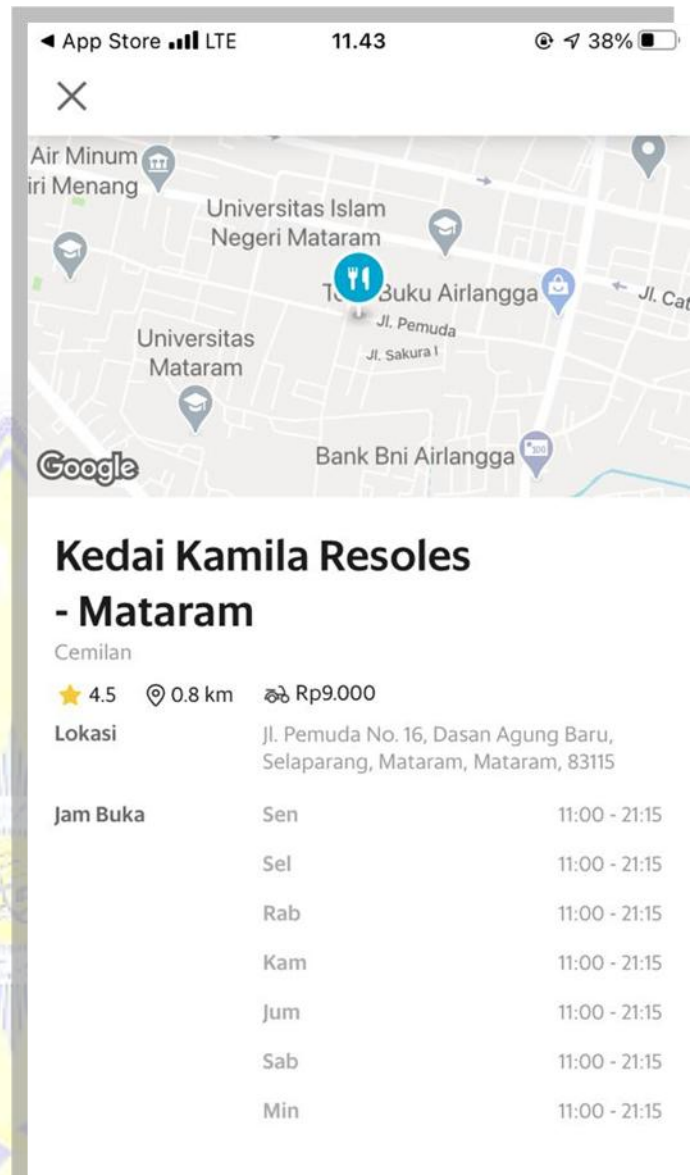
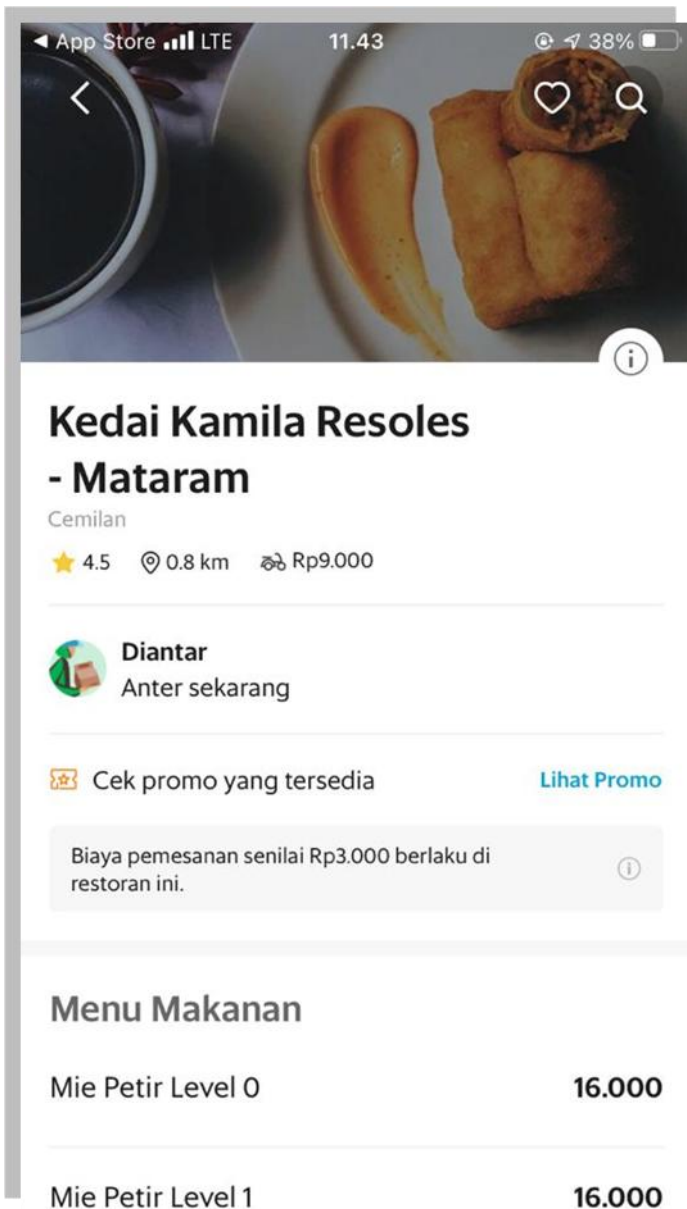




Strategi *Digital Marketing*



Strategi *Digital Marketing*



Strategi *Digital Marketing*

