

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di uraikan, maka kesimpulan yang didapat sehubungan dengan hasil penelitian, sebagai berikut:

1. Kebijakan pemerintah terkait pandemi covid-19 telah menghambat aktivitas sehari-hari hingga aktivitas jual beli yang dilakukan oleh usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). sehingga diperlukan teknologi serta strategi baru dalam mempertahankan serta membawa UMKM ke arah yang lebih baik.
2. Cv Tri Utami Jaya merupakan salah satu Umkm yang masih bertahan pada masa pandemi ini dengan memanfaatkan media sosial sebgai strategi pada masa pandemi covi-19 ini. Adapun Strategi yang dilakukan oleh Cv Tri Utami Jaya untuk bertahan pada masa pandemi covid-19 adalah melakukan pemasaran melalui media sosial, promosi melalui media sosial dan kualitas produk dan pelayanan.

5.2 SARAN

Berdasarkan pengamatan penulis mengenai strategi yang diterapkan UMKM CV Tri Utami Jaya, maka adapun saran yang ingin penulis sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Di sarankan kepada Cv Tri Utami Jaya agar Terus membuka diri terhadap komunitas atau mencari-cari informasi sebab dimasa pandemi covid-19 ini pemerintah sangat banyak memberikan bantuan modal untuk UMKM di indonesia yang berdampak akibat pandemi covid-19. Dan lebih sering membuat promo atau diskon supaya lebih menarik perhatian konsumen pada saat melaukan promosi melalui media sosial sehingga dapat menarik perhatian banyak konsumen, sehingga strategi yang digunakan akan lebih efisien. Terus konsisten mengikuti protokol kesehatan COVID-19 dalam setiap kegiatan produksi sampai distribusi ketangan konsumen.
2. Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penelitian ini, maka diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat melanjutkan penelitian ini dengan menggali informasi yang lebih mendalam lagi agar dapat mengetahui lebih lanjut terkait strategi yang digunakan pada saat covid-19 ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosuder Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Altinay, L., Madanoglu, M., De Vita, G., & Arasli, H. (2016). The interface between organizational learning capability, entrepreneurial orientation, and SME growth. *Journal of Small Business Management*.
- Arifin, Zainal. 2012. *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Aufar, Aizali. 2014. *Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akutansi pada UMKM (Survei pada Perusahaan rekanan PT. PLN (Persero) di Kota Bandung*.
- A. Zeithaml, V. Parasuraman, A. and L. Berry L. 1985. "Problems and Strategies in Services Marketing". *Jurnal of Marketing* Vol. 49.(Spring).
- Budiman, J. (2018). Pengaruh Daya Beli Masyarakat dan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Pada Bisnis Property. *Jurnal Keilmuan dan Aplikasi Teknik*.
- Bastian, A. (2015). Analisis Strategi Bisnis dan Perancangan Strategis Sistem Informasi pada Perguruan Tinggi Swasta (Studi Kasus : Universitas Majalengka). *Infotech Journal*.
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Felita, P., & Oktivera, E. (2019). Pengaruh Sales Promotion Shopee Indonesia Terhadap Impulsive Buying Konsumen Studi Kasus: Impulsive Buying Pada Mahasiswa STIKS Tarakanita. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*.
- Grandon, E., & Pearson, J. (2004). Electronic commerce adoption: an empirical study of small and medium US businesses. *Information & Management*.
- Gurnelius, Susan, 2011, *30-minute Sosial Media Marketin*, United States: McGraw-Hill Companies.
- Hadi, S. (2020). Revitalization Strategy for Small and Medium Enterprises after Corona Virus Disease Pandemic (Covid-19) in Yogyakarta. In.
- Hanoatubun, S. (2020). Dampak Covid – 19 terhadap Prekonomian Indonesia. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and*

Counseling. Retrieved from
<https://ummaspul.ejournal.id/Edupsyscouns/article/view/423>.

- Hariadi, Bambang, (2003). *Strategi Manajemen*, Bayumedia Publishing, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Moleong, Lexy J. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung:PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Rulli Nasrullah. 2016, *Media Sosial perspektif Komunikasi, Budaya, sosialteknologi* cet.kedua, Simbiosis Rekatama Media, Bandung
- Nasution, M. F., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia SeiMencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisni*.
- Nainggolan, E. M., & Oeilliam, K. F. (2019). Pengaruh Merek dan Iklan Terhadap Daya Beli Konsumen di PT. Inkado Trading Coy Krakatau Medan (Studi Kasus pada Konsumen Honda yang Membeli Unit CB 150). *Jurnal Mutiara Manajemen*.
- Pakpahan, Aknolt Kristian. 2020. "Tanggung Jawab Pemerintah." *Pikiran Rakyat*.
- Puntaodi, Danis, 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*, PT Elex Komputindo, Jakarta.
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*.
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212-231.
- Santoso, Amanda Putri. (2017). Pengaruh Konten post Instagram terhadap sosial Engagement. Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita". Skripsi. Institut Teknologi Sepuluh November. Vivek, Shiri. Sharon E. Beatty & Robert.
- Suswanto, P., & Setiawati, S. D. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning di Tengah Pandemi Covid-19 di Indonesia. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunika*.
- Suhardi, A., & Herlina. (2010). Pengaruh Daya Beli Masyarakat Terhadap Nilai Penjualan Ikan Lele di Desa Ganjaran Kec. Pagelaran Kabupaten Pringsewu (Studi kasus pada Kelompok Pembudidaya Ikan Desa Ganjaran Kecamatan Pagelaran Kabupaten Pringsewu). *Jurnal Manajemen dan Keuangan*.

- Setiawan.(2020). sebanyak 37.000 UMKM Terdampak Virus Corona. Retrieved from <https://money.kompas.com/read/2020/04/17/051200426/sebanyak37.000-umkm-terdampakvirus-corona>
- Susilawati, S., Falefi, R., & Purwoko, A. (2020). Impact of COVID-19's Pandemic on the Economy of Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*.
- Sutopo. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS
- Sugiyono. 2010. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R & D*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Taufik, & Ayuningtyas, E. A. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis dan Eksistensi Platform Sosial. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*.
- Ulya, H. N. (2020). Alternatif Strategi Penanganan Dampak Ekonomi Covid-19 Pemerintah Daerah Jawa Timur Pada Kawasan Agropolitan. *el Barka: Journal of Islamic Economic and Business*.
- Van Dijk. (2013). *The Network Society*. London: SAGE Publications.
- Widyaningrum, P. W. (2016). Peran Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang. *Jurnal Al Tijarah*.
- Zarrella, 2010. *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta.
- Republik Indonesia. 2008. Undang-Undang Nomor 20 Tentang UMKM. Jakarta: Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Lampiran 1 Foto-Foto Dokumentasi

FOTO-FOTO CV TRI UTAMI JAYA

