

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. UMKM Wisata Kuliner Oepoi Kota Kupang mampu menerapkan *E-Commerce* yaitu strategi penjualan atau pembelian produk kuliner yang dilakukan khususnya untuk pelaku usaha UMKM dari perusahaan satu ke perusahaan lainnya dengan memanfaatkan teknologi dalam menyebarluaskan produk melalui *gadget*.
2. UMKM Wisata Kuliner Oepoi Kota Kupang mampu menerapkan *Digital Marketing* dimana para pelaku usaha mempromosikan merek dagang mereka melalui media digital dan jaringan internet dan para pelaku usaha UMKM memanfaatkan sosial media seperti Instagram, Whatsapp, Facebook, grab, maxim, dan sosial media lainnya agar lebih mudah dijangkau oleh konsumen seta memperluas pangsa pasar.
3. UMKM Wisata Kuliner Oepoi Kota Kupang mampu menerapkan *Customer Relationship* dalam mempertahankan loyalitas para pelanggan supaya tetap merasa puas dan percaya dengan produk yang dijual para pelaku usaha UMKM Wisata Kuliner Oepoi Kota Kupang.

6.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan oleh penulis dari penelitian yang telah dilakukan antara lain adalah sebagai berikut:

1. Untuk pemerintah Kota Kupang, agar dapat mengembangkan,

meningkatkan, dan mengkoordinir para pelaku UMKM sehingga mampu berkembang lagi dan mengadakan sosialisasi ataupun pelatihan tentang bagaimana cara memanfaatkan media digital sebab tidak semua para pelaku UMKM wisata kuliner oepoi mampu memanfaatkan media digital sebagai platform dalam melakukan aktivitas ekonomi.

2. Untuk masyarakat Kota Kupang, khususnya pelaku usaha UMKM kuliner di wisata kuliner Oepoi, diharapkan dapat menyesuaikan diri selama pandemi agar dapat bertahan hidup dan saling kerjasama antara para pelaku usaha untuk membentuk komunitas secara online untuk saling berbagi tips dan trik jika usaha mereka bisa berhasil meningkatkan loyalitas konsumen selama pandemi dan dapat mempertahankan hal kecil hingga besar agar terus berkembang usaha UMKM.
3. Untuk peneliti selanjutnya, untuk dapat lebih menjabarkan lebih luas lagi tentang strategi usaha untuk para pelaku usaha UMKM dan diharapkan penelitian yang sekarang bisa bermanfaat dan bisa menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya jika ingin meneliti tentang strategi UMKM selama pandemi covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A. Hidayat, W. Budiatmo, A. (2012). *Analisis strategi pengembangan usaha pada UKM batik semarangan di Kota Semarang*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 1(2), 282-294.
- Abidin, Yunus. 2016. *Desain Sistem Pembelajaran dalam Konteks Kurikulum 2013*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Arikunto, S. 20005. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Akdon, 2011. *Strategic Management For Educational Management (Manajemen Strategik untuk Manajemen Pendidikan)*. Bandung: Alfabeta.
- Andries, Frederick Reginald, "Perumusan Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT". (Skripsi Program Sarjana, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta, 2007).
- Alamsyah, Yuyun. (2008). *Bisnis Kuliner Tradisional*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo
- Alifiana, Mia Ajeng, and Nanik Susanti. "Analisis Potensi Risiko Umkm Di Kabupaten Kudus." *Media Ekonomi* 18.2 (2018): 71-81.
- Annie Brink & Adele Berndt. 2008. *Relationship Marketing & Customer Relationship Management*. ISBN 978-0-70217-739-2.
- Achmad Alfin. "Analisis strategi UMKM dalam menghadapi krisis di era pandemi COVID-19." *Jurnal Inovasi Penelitian* 1.8 (2021): 1543-1552.
- Allam, M. A., & dkk. (2019). *Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima (PKL) Di Pasar Sunday Morning (SUNMOR) Purwokerto*. Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (JEBA) , Vol 21 No 02 Tahun 2019.
- Bangun, Benny Y. (2008). *Analisis Pemanfaatan Dana Kredit Pemerintah yang Disalurkan Melalui Lembaga Perbankan (Studi Kasus terhadap Usaha Kecil di Kota Kabanjahe, Kabupaten Karo)*. Ilmu Ekonomi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Sumatera Utara.
- David, Fred R, 2011. *Strategic Management*, Buku 1. Edisi 12 Jakarta.
- Furqon, D. F. (2017). *Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, Dan Sikap Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Pengusaha Lanting Di Lemah Duwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen*.
- Hardilawati, W. L., Sandri, S. H. and Binangkit, I. D. (2019) *The Role of Innovation and E-Commerce in Small Business*.
- Hamza, L. M. dan Agustien, D. (2019). *Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor UMKM di Indonesia*. Jurnal Ekonomi Pembangunan
- Hidayatullah, Syarif, et al. *Eksistensi Transportasi Online Go Food Terhadap Omzet Bisnis Kuliner Di Kota Malang*, dalam Seminar Nasional Sistem Informasi, Malang, 2018.

- Hardilawati, W. laura (2020) *Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19*, Jurnal Akuntansi dan Ekonomika.
- Hendrawan, A. et al. (2019) 'Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri di Kecamatan Bantasari Cilacap', Jurnal Administrasi dan Kesekretarisan.
- Ikhwan Abidin Basri, 2005. *Islam dan Eembangunan EkonomI*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Jony Wong, 2010. *Internet Marketing for Beginners*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali
- Muljono, R. K. (2018). *Digital Marketing Concept*. Jakarta, Indonesia: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Miles.dan Huberman. 1992. *Analisis data Kualitatif*
- Morgan, Robert M., dan Shelby D. Hunt, 1994, "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing", Journal of Marketing, Vol. 58, July, pp. 20- 38
- Moleong. Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2002.
- Mishra, K., & Li, C. (2008). *Relationship Marketing in Fortune 500 US and Chinese Web Sites*. Journal of Relationship Marketing
- Martani, D., & dkk. (2015). *Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ma'rufaa, L. R. (2017). *Pengaruh Modal Usaha, Tenaga Kerja, Jam Kerja dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Counter Pulsa Di Kecamatan Gresik Studi Pada Counter Pulsa Yang Terdaftar di PT Multi Media Seluler Cabang Gresik*.
- Rahmi, I. (2014). *Pengaruh Modal Kerja Terhadap Pendapatan UMKM Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Melati I Di Kabupaten Bantaeng*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sofjan Assauri, *Strategic Management*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2013)
- Sarmigi, E. (2020). *Analisis Pengaruh Covid-19 Terhadap Perkembangan UMKM Di Kabupaten Kerinci*. Jurnal Al - Dzahab
- Sugiri, D. (2020). *Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19*. Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi.
- Sutaryo, Natasha Yang, Lintang Sagoro, dan Dea Sella Sabrina (2020). *Buku Praktis Penyakit Virus Corona 19 (COVID-19)*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Sutrisno, Joko dan Sri Lestari (2006). “Kajian Usaha Mikro Indonesia”. *Jurnal Pwngkajian Koperasi Dan UKM Nomor 2 Tahun I-2006*.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*
Zeithaml, V., Bitner, M., & Gremler, D. (2006). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*. New York: McGraw-Hill.