

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, pengujian hipotesis, serta pembahasan mengenai pengaruh harga, produk, dan promosi terhadap pendapatan pelaku UMKM di CFD Kota Kupang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1 Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM di Lokasi CFD Kota Kupang. Harga menjadi faktor strategis dalam menarik minat beli konsumen di tengah persaingan usaha yang cukup tinggi di kawasan CFD.
- 2 Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM di Lokasi CFD Kota Kupang. Produk dalam konteks ini cenderung bersifat homogen dan belum menjadi faktor pembeda utama dalam meningkatkan pendapatan.
- 3 Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM di Lokasi CFD Kota Kupang. Promosi menjadi faktor penting dalam menarik perhatian konsumen, terutama dalam kondisi pasar yang kompetitif dan waktu penjualan yang terbatas seperti di CFD.
- 4 Secara simultan variabel harga, produk dan promosi berpengaruh terhadap pendapatan pelaku UMKM di Lokasi CFD Kota Kupang. Kombinasi strategi harga, pengelolaan produk, dan kegiatan promosi tetap menjadi satu kesatuan dalam mendukung keberhasilan usaha,

meskipun secara parsial tidak semua variabel menunjukkan pengaruh yang signifikan.

5.2 Saran

1. Bagi Pelaku UMKM

A) Saran Strategi Berdasarkan Variabel Harga

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu menetapkan harga secara rasional dan kompetitif.

Dalam konteks CFD, apabila harga ditetapkan terlalu tinggi tanpa diimbangi dengan peningkatan kualitas atau nilai tambah produk, maka yang dapat terjadi adalah:

- a. Konsumen cenderung membandingkan harga dengan lapak lain yang menjual produk serupa.
- b. Terjadi penurunan jumlah pembeli karena pengunjung CFD sangat sensitif terhadap harga.
- c. Perputaran produk menjadi lebih lambat, sehingga pendapatan menurun.

Sebaliknya, apabila harga disesuaikan dengan daya beli pengunjung CFD dan tetap memberikan keuntungan yang wajar, maka:

- a. Jumlah pembeli meningkat.
- b. Frekuensi transaksi bertambah.
- c. Pendapatan harian menjadi lebih stabil.

Dengan demikian, pelaku UMKM disarankan menerapkan strategi:

- a) Hindari menetapkan harga terlalu tinggi tanpa nilai tambah yang jelas.
- b) Lakukan observasi harga pesaing sebelum memulai penjualan.
- c) Terapkan strategi paket hemat atau bundling untuk meningkatkan volume pembelian.
- d) Gunakan diskon pada jam terakhir untuk mengurangi sisa stok.
- e) Sediakan variasi harga (produk reguler dan premium) agar menjangkau berbagai segmen konsumen.

B) Saran Strategi Berdasarkan Variabel Promosi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Artinya, semakin aktif promosi dilakukan, semakin besar peluang peningkatan pendapatan.

Dalam kondisi riil CFD:

- a. Promosi yang aktif (menyapa pembeli, menawarkan promo, memberikan diskon, bundling) dapat meningkatkan jumlah pengunjung yang mampir ke lapak.
- b. Semakin banyak konsumen yang berhenti dan melihat produk, semakin besar kemungkinan terjadi transaksi.
- c. Peningkatan jumlah transaksi secara langsung meningkatkan pendapatan.

Sebaliknya, jika pelaku UMKM pasif dan tidak melakukan promosi:

- a. Lapak cenderung kurang diperhatikan.

- b. Konsumen lebih memilih lapak yang lebih komunikatif dan menawarkan promo.
- c. Jumlah pembeli menjadi lebih sedikit dan pendapatan lebih rendah.

Strategi promosi yang disarankan antara lain:

- a. Promosi Langsung di lokasi, seperti ajakan verbal yang komunikatif, papan promo sederhana, dan penawaran terbatas selama CFD berlangsung.
- b. Promosi Berbasis Keramaian (Social Proof), dengan memanfaatkan antrean pembeli, testimoni singkat, atau interaksi pembeli sebagai daya tarik visual bagi konsumen lain.
- c. Promosi Berbasis Waktu Terbatas, misalnya promo 30 menit, produk terbatas, atau diskon khusus bagi pembeli awal, untuk menciptakan urgensi pembelian.
- d. Promosi Relasi Komunitas, dengan menjalin kerja sama informal dengan komunitas olahraga, senam, atau keluarga yang rutin mengikuti CFD, baik untuk kuliner maupun non-kuliner.

Pendekatan promosi ini masih relatif belum terstruktur secara strategis di CFD Kota Kupang, namun sangat potensial untuk meningkatkan frekuensi pembelian dan menciptakan pelanggan berulang.

2) Bagi Pemerintah

Berdasarkan karakteristik CFD yang bersifat periodik, situasional, dan berbasis keramaian, maka saran kebijakan yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

a. Penguatan Tata Kelola UMKM CFD yang Berbasis Data

Pemerintah Kota Kupang disarankan untuk tidak hanya memandang CFD sebagai kegiatan rutin, tetapi sebagai ruang ekonomi publik strategis. Oleh karena itu, diperlukan sistem pendataan UMKM CFD yang terstruktur, meliputi jenis usaha (kuliner dan non-kuliner), lama usaha, serta pola pendapatan pada setiap pelaksanaan CFD. Pendataan ini dapat menjadi dasar dalam perumusan kebijakan pembinaan yang lebih tepat sasaran.

b. Fasilitasi Infrastruktur Sederhana yang Mendukung Penjualan

Pemerintah perlu menyediakan fasilitas dasar yang mendukung aktivitas UMKM CFD, seperti akses listrik terbatas, dan tempat sampah terpisah. Penyediaan fasilitas ini akan meningkatkan kenyamanan konsumen dan mendukung penerapan strategi harga, produk, dan promosi secara lebih optimal.

c. Program Pendampingan UMKM yang Kontekstual dengan CFD

Pendampingan UMKM tidak hanya berupa pelatihan umum, tetapi perlu disesuaikan dengan karakter CFD. Pemerintah disarankan untuk menyelenggarakan pelatihan singkat berbasis praktik, seperti strategi harga situasional, teknik promosi langsung di ruang publik, serta pengelolaan produk cepat saji dan layanan singkat, baik untuk UMKM kuliner maupun non-kuliner.

d. Penguatan Kolaborasi UMKM dengan Komunitas CFD

Pemerintah dapat berperan sebagai fasilitator kolaborasi antara UMKM dan komunitas CFD, seperti komunitas lari, sepeda, senam, dan komunitas

kreatif. Kolaborasi ini dapat diwujudkan melalui agenda rutin, program diskon komunitas, atau event tematik, yang mampu menciptakan pelanggan tetap dan meningkatkan stabilitas pendapatan UMKM

e. **Pendampingan Berkelanjutan dan Evaluasi Berskala**

Pemerintah tidak hanya berperan dalam perizinan, tetapi juga perlu melakukan pendampingan berkelanjutan terhadap UMKM CFD. Evaluasi berkala terhadap pelaksanaan CFD, tingkat pendapatan UMKM, serta permasalahan lapangan dapat menjadi dasar perbaikan kebijakan yang lebih responsif dan berbasis data.

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan variabel penelitian dengan menambahkan faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi pendapatan UMKM. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan objek dan lokasi penelitian yang berbeda, serta memperluas jumlah responden agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi. Selain itu, penggunaan metode penelitian yang berbeda, seperti pendekatan kualitatif atau metode campuran (mixed methods), diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan UMKM.