

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai Strategi Usaha Kecil Menengah (UKM) Dalam Meningkatkan Pendapatan Dimasa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Toko sembako Zahra di Talang Keramat Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin) maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang diterapkan Toko Zahra dalam meningkatkan pendapatan yang pertama dengan menggunakan strategi *non mainstream* yang tidak semua orang terapkan, strategi ini berhubungan dengan penerapan shalat 5 waktu, ramah tama, jujur, dan suka berbagi. Selanjutnya strategi yang kedua dengan menggunakan strategi *marketing mix* (bauran pemasaran) yang terdiri dari empat unsur yaitu produk, harga, tempat, dan promosi dengan tujuan menarik pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Toko Zahra tidak menghalalkan segala cara agar mendapatkan keuntungan yang besar.
2. Solusi yang dilakukan Toko sembako Zahra dalam mempertahankan bisnis dimasa pandemi covid-19 antara lain yaitu dengan menambah produk yang dijual berdasarkan kebutuhan, dan memaksimalkan penggunaan media sosial (medsos) seperti, *Instagram*, *Facebook*, dan *Whatsapp*.

5.2 Saran

Berdasarkan pengamatan peneliti mengenai Strategi UKM (Usaha Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Pendapatan Dimasa Pandemi Covid-19 pada Toko sembako Zahra, maka adapun saran yang ingin peneliti sampaikan yaitu sebagai berikut:

1. Bagi pelaku UKM Toko Zahra

Toko Zahra dapat mengambil hasil kombinasi dari strategi yang ada. Pertama strategi SO, dengan memanfaatkan peluang yang ada pada Toko Zahra agar melengkapi barang yang belum ada pada saat ini dan membuat program yang baru untuk menarik minat para calon konsumen. Kedua strategi ST, Toko Zahra harus menjaga dan meningkatkan pelayanannya, membangun hubungan yang baik dengan para konsumen, serta dalam menentukan harga yang bersaing. Ketiga strategi WO, Toko Zahra dapat melakukan pelatihan untuk melakukan pemasaran selain melalui mulut ke mulut dan membuat nama baik di masyarakat tentang Toko Zahra. Sehingga Toko Zahra mampu melakukan pemasaran yang tidak hanya melalui mulut ke mulut saja. Ke empat strategi WT, dengan menghadapi ancaman yang ada, Toko Zahra dapat melakukan sosialisasi yang lebih baik kepada seluruh masyarakat.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penulisan ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi penulisan terutama materi yang berkaitan dengan strategi UKM dalam meningkatkan pendapatan di masa pandemi covid-19.