

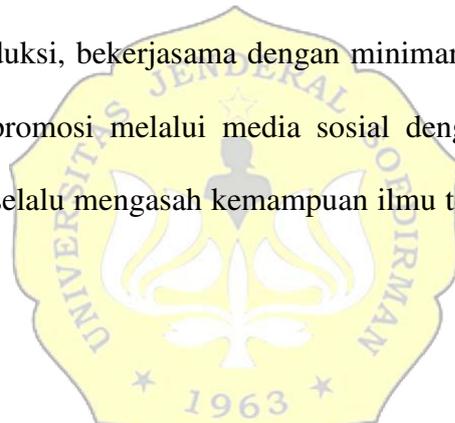
BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Ketiga UMKM (Star Laundry, STMJ Tiga Menara dan Keripik Tempe Cokro) mengalami penurunan yang signifikan dalam tahun 2020 dikarenakan pandemi COVID yang melanda Indonesia. Padahal sebelum pandemi, arus kas ketiga UMKM tersebut memiliki arus kas yang stabil.
2. Kendala yang dialami oleh masing-masing UMKM pada masa pandemi COVID-19 berbeda beda. Untuk Star Laundry, kendala yang dihadapi antara lain: kegiatan belajar mengajar diberhentikan dimana hal tersebut menjadi target pasar utama Star Laundry. Kemudian terdapat pelanggan yang bukan pelajar meninggal karena COVID-19. Kemudian untuk UMKM STMJ Tiga Menara memiliki kendala, yaitu: banyak warung sebagai supplier aktif menjadi berhenti karena kurangnya pembeli. Mereka takut akan stok yang banyak pada akhirnya tidak bisa dijual. Lalu untuk UMKM Keripik Tempe Cokro, kendala yang dihadapi antara lain: harga bahan baku (kedelai impor) yang mahal dan keterbatasan dalam penggunaan media sosial untuk ajang promosi dikala pandemi COVID-19, serta keterbatasan pemasar langsung.

3. Cara atau strategi yang dimiliki oleh masing-masing UMKM pada masa pandemi COVID-19 untuk mempertahankan usahanya juga berbeda. Untuk Star Laundry, mereka menggunakan strategi mempertahankan karyawan dan membuka fasilitas untuk antar jemput kepada konsumen. Lalu untuk UMKM STMJ Tiga Menara, mereka menggunakan strategi memanfaatkan sosial media untuk promosi dan menjalin kerjasama lagi dengan reseller personal serta membuka usaha baru dengan jenis yang berbeda. Kemudian untuk UMKM Keripik Cokro, mereka memiliki strategi dengan cara memangkas durasi produksi, bekerjasama dengan minimarket atau warung sekitar dan juga promosi melalui media sosial dengan ilmu yang terbatas walaupun selalu mengasah kemampuan ilmu teknologi mulai dari saat pandemi.



5.2. Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan diantaranya:

1. Hanya memiliki 3 partisipan dengan 3 kluster usaha yang berbeda;
2. Periode penelitian hanya 1 tahun setelah pandemi dinyatakan aman sehingga keberlanjutan strategi pasca pandemi belum terjamin berhasil, dan
3. Pembukuan UMKM yang seadanya sehingga untuk mendapat data yang lebih lanjut terbatas.

5.3. Saran

1. Hendaknya pemilik UMKM membuat pembukuan yang lebih rinci sehingga dapat memberikan informasi yang lebih akurat dan transparan serta berdampak kepada strategi usaha yang tepat sasaran, dan
2. Etos belajar yang tinggi untuk menyelami dunia digital marketing karena sangat dibutuhkan untuk pemilik supaya dapat menerapkan strategi-strategi yang berkaitan dengan digitalisasi pasar.
3. Indikator pertanyaan sebaiknya mengacu pada SAK EMKM.terkait dengan pencatatan laporan arus kas.
4. Menambah jumlah partisipan yang diteliti dan menambah indikator - indikator pertanyaan mengacu kepada SAK EMKM.

