

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka kesimpulan yang diambil sehubungan dengan hasil penelitian, sebagai berikut:

1. Orientasi Pasar Pada UMKM Pentol Mas Bejo dalam memenuhi keinginan dan kepuasan pelanggan lebih mengutamakan kualitas produk, varian produk, ukuran pada kemasan produk dan menyediakan pelayanan delivery order. Pentol mas bejo juga mengantisipasi adanya pesaing yang berusaha meniru produknya dengan cara menonjolkan kuah pedasnya dan rasa yang pas dimulut konsumen. Dengan begitu konsumen merasa keinginan dan kepuasan pada saat membeli pentol mas bejo merasa puas karena keunikanlah yang menjadi keunggulan pada produknya. Dalam mempertahankan pelanggan umkm mas bejo lebih kepada rasa yang unik, membangun kepercayaan pelanggan dengan digital marketingnya dan melakukan promosi untuk mengait customer dalam membeli, untuk menghadapi pesaing umkm pentol mas bejo melakukan pemasaran digital marketing dan terus berinovasi kedepannya. Pentol mas bejo juga mempunyai pentol dengan kemasan instannya dan berusaha memperbaiki kemasan produk dengan alumunium foil supaya awet dan tidak mudah rusak jika dikirim keluar kota dan itu atas saran dari pembisnis yang lain dengan tujuan memahami kebutuhan pelanggan.
2. Orientasi Kewirausahaan Pada UMKM Pentol Mas Bejo yang meliputi sikap proaktif, inovasi dan berani mengambil resiko.
Sikap proaktif yang dimiliki umkm pentol mas bejo bersikap antisipatif tanggap akan sesuatu yang akan terjadi. Dalam menyediakan produk selain pentol lemak

kuah pedas pentol mas bejo juga bekerja sama dengan pabrik untuk menyediakan varian pentol lain dan berusaha mencari peluang di masa mendatang dengan melakukan tindakan positif salah satunya dengan mendirikan *franchise* dengan melakukan pemasaran digital marketing. Untuk inovasi pemilik menjadikan produknya unik dan berbeda dari pesaing. Inovasi pentol mas bejo yaitu pentol lemak kuah pedas dan pentol lemak kuah pedas instan. Umkm pentol mas bejo juga melihat situasi pasar salah satunya dengan mendirikan *franchise*. Pada pandemi covid mengalami beberapa resiko internal yang mengakibatkan pendapatan penjualan tidak stabil.

3. Kinerja Pemasaran Pada UMKM Pentol Mas Bejo dapat dilihat dari segi penjualan dengan menciptakan repeat order dengan cara mengenalkan produk dan menghadirkan customer baru yang mengharuskan terjadi repeat order. Dengan menargetkan repeat order maka penjualan akan meningkat. Untuk merubah diri dalam menghadapi tantangan dari lingkungan dengan perspektif jangka panjang kinerja pemasaran, umkm pentol mas bejo bekerja sama dengan influencer dengan melakukan endorsement di media sosial untuk mereview produknya. Mengkomunikasikan lebih luas pemasarannya dengan cara endorsment. Untuk pertumbuhan penjualan pentol mas bejo mengalami penurunan omset, sebelum adanya inovasi dan kendala harga pada bahan baku yang meningkat. Di bulan juli mengalami kenaikan yang signifikan karena adanya inovasi pertama pentol mas bejo. Pertumbuhan pelanggan pada pentol mas bejo mengalami peningkatan di bulan juli tahun 2020, dengan adanya inovasi pertama hal itu dibuktikan dengan adanya masyarakat yang bergabung *franchise* pentol mas bejo. Untuk keberhasilan produk bisa dikatakan berhasil dengan menyediakan produk yang dimau konsumen dengan melakukan kerja sama pada pabrik.
4. Peran Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Saat Pandemi Covid-19 UMKM Pentol Mas Bejo terbantu banget

dengan adanya influencer yang menyorot produk pentol mas bejo yang unik. Keunikan cita rasa yang khas yang mengait para influencer untuk mereviu produk pentol tersebut. Inovasi juga dapat meningkatkan kinerja pemasaran pada saat pandemi, berusaha menyediakan produk dengan berbagai varian pentol. Semakin banyaknya permintaan pembelian mengakibatkan penjualan meningkat.

B. Saran

1. Bagi pemilik usaha, penulis mengamati orientasi pasar yang di miliki umkm pentol mas bejo dalam memenuhi keinginan dan kepuasan konsumen sudah baik, akan tetapi akan lebih baik apabila dikembangkan lagi dalam hal keunikan produk selain dari segi rasa dan kuah, misalnya dari kemasan plastik ke cup pada pentol yang berkuah.
2. Terkait inovasi lebih diperbanyak lagi varian pentol dan memproduksinya sendiri.
3. Mempertahakan pelanggan itu sulit, jadi alangkah baik apabila stok produk pentol yang diminati reseller/mitra tetap tersedia agar pelanggan tetap terpuaskan.
4. Tetap menjaga hubungan baik antar mitra, konsumen maupun pelanggan yang lain guna membangun keberhasilan perusahaannya.
5. Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan, maka diharapkan untuk peneliti selanjutnya bisa melanjutkan penelitian ini, dengan objek dan sudut pandang yang berbeda sehingga dapat memperkaya khasanah kajian manajemen sumber daya manusia.