

## STRATEGI PEMASARAN BAGI UMKM DI MASA PANDEMI (STUDI KASUS PADA DESA SARIMULYA)

Dian Purwandari

Universitas Buana Perjuangan Karawang  
Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
dian.purwandari@ubpkarawang.ac.id

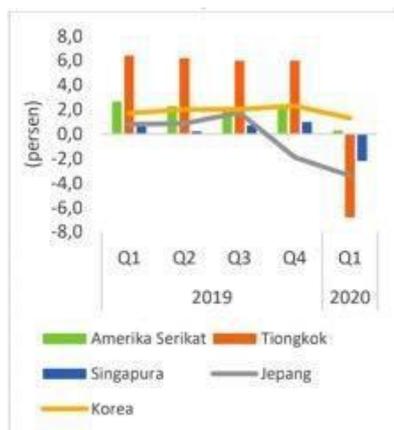
### ABSTRAK

*Pandemi Covid-19 yang terjadi sejak Desember 2019 memberikan dampak bagi perekonomian. Terjadinya penurunan pertumbuhan ekonomi sangat dirasakan oleh para pelaku usaha, terlebih UMKM. Desa Sarimulya merupakan salah satu desa di Kecamatan Kotabaru, Kabupaten Karawang. Sebagian masyarakat Desa Sarimulya menjalankan usaha mikro, kecil dan menengah. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa masyarakat Desa Sarimulya memiliki potensi kewirausahaan yang dapat dikembangkan. Banyak masyarakat yang sudah menjalankan usahanya dengan cukup baik, namun akan semakin baik jika para pelaku usaha terus mengembangkan pengetahuan dan keterampilannya dalam mengelola usahanya. Salah satu aspek pengetahuan yang perlu dikembangkan adalah strategi pemasaran. Diberlakukannya protokol kesehatan social distancing di masa pandemi saat ini, para pelaku usaha perlu mengembangkan strategi pemasarannya, salah satunya pemasaran secara daring. Penelitian ini menganalisa strategi pemasaran yang dapat diaplikasikan oleh beberapa pelaku usaha di Desa Sarimulya. Adanya strategi pemasaran yang dilakukan secara daring, membantu pelaku usaha untuk menggapai pangsa pasar yang lebih luas dan tetap mematuhi protokol kesehatan.*

**Kata kunci:** pengabdian, masyarakat, UMKM

### PENDAHULUAN

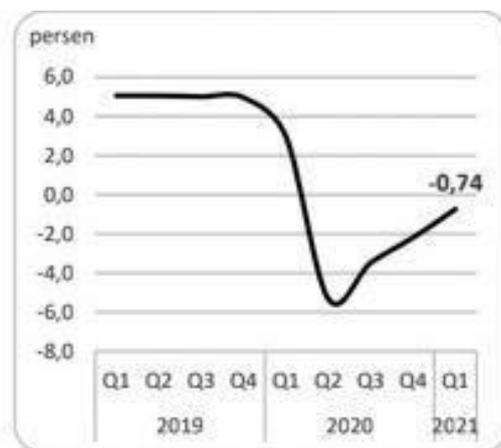
Terjadinya pandemi Covid-19 sejak Desember 2019 memberikan dampak yang cukup signifikan bagi perekonomian global. Berdasarkan data yang dirangkum dari Perkembangan Ekonomi Indonesia dan Dunia (Triwulan I Tahun 2020) pada situs resmi Bappenas, kinerja perekonomian beberapa negara di dunia dapat dilihat pada grafik berikut:



**Gambar 1** Pertumbuhan Ekonomi berbagai Negara

Pada Gambar 1, dapat dilihat kinerja perekonomian Amerika Serikat masih tumbuh positif dibandingkan tahun sebelumnya meskipun hanya tumbuh 0,3 persen. Pendorong pertumbuhan berasal dari pengeluaran pemerintah yang tumbuh lebih cepat terutama pengeluaran nonpertahanan yang meningkat hingga 6,4 persen (YoY). Konsumsi masyarakat tumbuh melambat sebesar 0,4 persen (YoY). Tiongkok terdampak paling besar oleh pandemi yang terjadi sejak Januari 2020. Pada triwulan I tahun 2020, perekonomian Tiongkok berkontraksi hingga 6,8 persen. Jepang yang merupakan negara dengan perekonomian terbesar ketiga di dunia. Pada triwulan ini, perekonomian Jepang kembali berkontraksi 3,4 persen (YoY) setelah pada triwulan IV tahun 2019 berkontraksi 1,9 persen (YoY). Kontraksi yang terjadi disebabkan oleh turunnya konsumsi dan ekspor secara tajam. Melambatnya aktivitas ekonomi pada negara mitra utama Jepang menyebabkan kinerja ekspor menurun drastis. Selain itu, sektor pariwisata Jepang juga terdampak seiring anjloknya kunjungan wisatawan. Meskipun terdampak pandemi cukup parah, Korea Selatan masih tumbuh positif sebesar 1,3 persen pada triwulan I tahun 2020. Kinerja positif ini didorong oleh ekspor barang yang tumbuh hingga 6,3 persen (YoY). Singapura yang pertumbuhannya ditopang oleh sektor jasa, pada triwulan ini berkontraksi 2,2 persen (YoY). Adanya kontraksi perekonomian yang terjadi di beberapa negara ini menimbulkan kekhawatiran akan terjadinya resesi perekonomian secara global. Kontraksi ekonomi pada beberapa negara semakin dalam terjadi pada triwulan II 2020. Pertumbuhan ekonomi dunia mulai terasa sedikit membaik pada triwulan III 2020, dimana perekonomian Tiongkok telah kembali tumbuh sebesar 4,9% YoY (Bappenas, 2020). Pada triwulan IV 2020, kontraksi ekonomi Amerika Serikat mulai melunak, begitu pula dengan Jepang dan Korea Selatan. Sedangkan Tiongkok dan Vietnam mempertahankan pertumbuhan ekonomi yang positif.

Dampak dari pandemi Covid-19 juga dirasakan di Indonesia. Berdasarkan pernyataan Letnan Jenderal TNI (Purn.) Dr. dr. Terawan Agus Putranto, Sp.Rad(K), selaku Menteri Kesehatan Republik Indonesia periode 23 Oktober 2019-23 Desember 2020 dalam portal resmi Pemerintah Indonesia (Indonesia.go.id, Maret 2020), kasus Covid-19 pertama di Indonesia ditemukan pada bulan Maret 2020. Masuknya Covid-19 di Indonesia pun turut memberikan dampak yang sangat signifikan bagi berbagai aspek kehidupan, terutama dalam perekonomian.



**Gambar 2 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia**

Perekonomian Indonesia pada triwulan I tahun 2021 berkontraksi 0,74 persen (YoY), membaik dibandingkan kontraksi yang terjadi pada triwulan sebelumnya. Perbaikan tersebut ditopang oleh peningkatan kinerja sektor eksternal sejalan dengan pemulihan ekonomi di negara mitra dagang utama, terutama Tiongkok dan Amerika Serikat. Ditinjau dari lapangan usaha, pemulihan ekonomi didorong oleh pertumbuhan positif yang terjadi pada enam sektor yakni industri, pengadaan air, jasa keuangan, pertanian, perdagangan listrik dan gas, serta *real estate*. Sementara itu, sektor lainnya menunjukkan kontraksi yang menipis. Konsumsi rumah tangga berkontraksi sebesar 2,2% YoY sejalan dengan permintaan masyarakat yang masih rendah (Bappenas, 2021).

Pertumbuhan ekonomi di wilayah Jawa Barat pada triwulan I 2021 berkontraksi sebesar 0,8% YoY, ada perbaikan jika dibandingkan dengan triwulan IV 2020 dimana kontraksi ekonomi sebesar 2,4% YoY. Salah satu faktor yang memberikan kontribusi dalam pemulihan perekonomian Indonesia ini adalah dari adanya pemulihan UMKM. Menurut Bahtiar (2021), berdasarkan hasil survei Katadata Insight Center (KIC) yang dilakukan terhadap 206 pelaku UMKM di Jabodetabek, mayoritas UMKM sebesar 82,9% merasakan dampak negatif dari pandemi ini dan hanya 5,9% yang mengalami pertumbuhan positif. Kondisi pandemi ini bahkan menyebabkan 63,9% dari UMKM yang terdampak mengalami penurunan omzet lebih dari 30%. Hanya 3,8% UMKM yang mengalami peningkatan omzet. Berdasarkan hasil survei BPS Provinsi Jawa Barat dengan total responden sebanyak 3.898 pelaku UMK, terjadinya pandemi Covid-19 memberikan dampak bagi pendapatan UMKM dimana sebesar 86,12% mengalami degradasi pendapatan, 11,40% berpendapatan tetap, dan sisanya sebesar 2,48% mengalami peningkatan pendapatan. Dari kondisi tersebut, dapat terlihat bahwa sektor UMKM yang mayoritas pelakunya adalah warga kelas menengah ke bawah terdampak besar

akibat pandemi Covid-19. Pelaku usaha perlu berinovasi dalam memproduksi barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan pasar. Para pelaku usaha ini juga dapat menumbuh-kembangkan berbagai gagasan dan ide usaha baru yang juga dapat berkontribusi sebagai pemecah persoalan sosial-ekonomi masyarakat akibat dampak pandemi. Namun, aktivitas bisnis dan prospek pertumbuhan sektor UMKM cenderung semakin membaik pada kuartal I/2021. Pemulihan UMKM ini memberikan sinyal positif semakin pulihnya perekonomian nasional yang sempat tertekan akibat pandemi Covid-19.

Berdasarkan UU No 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, UMKM merupakan bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha berukuran kecil. Sedangkan menurut Soetjipto (2020), UMKM atau usaha mikro adalah usaha milik perseorangan atau badan usaha perorangan yang produktif dan memenuhi kriteria yang ditulis oleh Undang-Undang. Wulansari, et al. (2021), dalam penelitiannya yang berjudul Strategi Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Karawang dalam Pemberdayaan UMKM memaparkan informasi terkait perkembangan UMKM di Kabupaten Karawang pada tahun 2016-2019 dalam tabel berikut:

**Tabel 1 Perkembangan UMKM di Kabupaten Karawang tahun 2016-2019**

| No | Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah | Tahun  |        |        |        |
|----|---|--------|--------|--------|--------|
|    |   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   |
| 1  | Jumlah UMKM Aktif                           | 36.729 | 43.446 | 43.825 | 44.035 |
| 2  | Jumlah UMKM Keseluruhan                     | 40.484 | 44.289 | 44.668 | 44.878 |
| 3  | UMKM Industri                               | 4.562  | 5.892  | 6.071  | 6.281  |
| 4  | UMKM Perdagangan                            | 32.284 | 34.168 | 34.340 | 34.340 |
| 5  | Jumlah Wirausaha Baru                       | 210    | 252    | 315    | 457    |

Dari Tabel 1 dapat dilihat adanya peningkatan/pertumbuhan UMKM di Kabupaten Karawang setiap tahunnya. Menurut data dari Dinkop dan UMKM Karawang (2020), UMKM di Kabupaten Karawang mayoritas bergerak di bidang makanan dan minuman. Sejauh ini, para pelaku UMKM belum dapat masuk ke dalam rantai perdagangan industri besar sehingga perkembangan UMKM di Kabupaten Karawang tidak berkembang pesat. Beberapa faktor yang menyebabkan tidak berkembangnya UMKM di Kabupaten Karawang adalah keterbatasan modal yang dimiliki oleh para pelaku usaha, keterbatasan teknologi, serta sulitnya para pelaku UMKM dalam memasarkan produk.

Desa Sarimulya merupakan salah satu Desa yang berada di Kecamatan Kotabaru, Kabupaten Karawang. Desa ini merupakan hasil pemekaran dari Desa Jomin, Kecamatan Cikampek

pada tahun 1982. Desa Sarimulya termasuk wilayah tata ruang untuk pemukiman sehingga sebagian besar wilayahnya digunakan untuk pemukiman warga. Selain itu, wilayah Desa Sarimulya menjadi pusat perekonomian karena letaknya yang strategis dan mudah diakses. Banyak pelaku usaha yang menjalankan usahanya di Desa Sarimulya, beberapa diantaranya merupakan usaha yang dijalankan oleh masyarakat setempat. Menurut Bapak Tatang Hidayat, selaku Kepala Desa Sarimulya, cukup banyak masyarakat desa yang menjadi pelaku usaha. Berdasarkan data potensi desa tahun 2018 terdapat 26 warga yang menjalankan usaha kecil dan menengah. Selain itu, ada 349 warga yang bermatapencarian sebagai pedagang keliling. Pada tahun 2021 jumlah masyarakat yang menjadi pelaku usaha meningkat. Namun, pandemi Covid-19 membawa dampak buruk bagi para pelaku usaha termasuk pelaku usaha di Desa Sarimulya. Banyak pelaku usaha yang mengalami penurunan omzet, hal tersebut berpengaruh terhadap kondisi ekonomi masyarakat yang menjadi pelaku usaha terutama bagi pelaku usaha kecil seperti pedagang keliling.

Salah satu UMKM yang ada di Desa Sarimulya adalah “Tahu Asin Sinar Bandung H. Said”. UMKM ini didirikan oleh Bapak H. Said pada tahun 1970. Pada tahun 2019, produksi tahu H. Said mulai menggunakan pembakaran modern, sehingga proses produksi tahu menjadi lebih cepat. Pada awal usahanya, H. Said hanya memproduksi 7-10 kilogram tahu per hari, namun saat ini produksi tahu bisa mencapai 4-5 kuintal per hari. Produk tahu Bapak H. Said ini tidak dijual di pasar, penjualan produk tahu ini dilakukan langsung di tempat pengolahan tahu. Selain Pabrik Tahu H. Said, UMKM lain yang ada di Desa Sarimulya salah satunya adalah usaha rumahan Bubur Lolos Ibu Mariana yang sudah beroperasi sejak tahun 1975. Bubur lolos merupakan jajanan tradisional sejenis bubur ketan putih yang dicampur dengan berbagai bahan lainnya seperti santan, gula merah, gula putih dan beberapa bahan lain. Bubur lolos memiliki aroma yang khas karena dibungkus menggunakan daun pisang. Dalam waktu 1 sampai 2 jam, Ibu Mariana bisa memproduksi hingga 100 pcs bubur lolos. Jika pesanan sedang ramai, produksinya bisa mencapai 500 pcs sehari. Namun sayangnya, dengan pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia saat ini, usaha H. Said dan Ibu Mariana pun terdampak. Pendapatan yang dihasilkan dari kedua UMKM ini mengalami penurunan yang cukup signifikan. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan pada paragraf sebelumnya, penelitian ini mengambil judul Strategi Pemasaran bagi UMKM di Masa Pandemi (Studi Kasus pada Desa Sarimulya).

## **METODE PENELITIAN**

Dalam kondisi pandemi Covid-19, demi mematuhi protokol kesehatan dengan dilaksanakannya pembatasan sosial, penelitian ini dilaksanakan secara *hybrid* (daring dan luring). Adapun pelaksanaan secara luring dilakukan dengan kunjungan langsung ke Desa dan lokasi UMKM pada tahap awal pelaksanaan penelitian untuk mengambil data penelitian, setelah data penelitian didapatkan, penelitian ini dilanjutkan menggunakan metode daring.

### **Jenis Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan analitis. Jenis data yang dikumpulkan adalah data primer yang diperoleh dari wawancara yang tidak terstruktur ke sumber informasi, dan juga data sekunder yang diperoleh dari Prodeskel.

Menurut Sugiyono (2018), metode penelitian deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan filsafat *postpositivisme* yang biasa digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, dimana Peneliti berperan sebagai instrumen kunci dan melukiskan suatu keadaan secara objektif atau berdasarkan fakta-fakta yang tampak. Sedangkan metode penelitian deskriptif analitis adalah metode untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna dan secara signifikan dapat mempengaruhi substansi penelitian.

### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Juli tahun 2021. Lokasi penelitian dilaksanakan pada Desa Sarimulya, Kecamatan Kotabaru, Kabupaten Karawang, tepatnya di lokasi pabrik Tahu Asin Sinar Bandung H. Said yang beralamat di Gang Cibuntu, Desa Sarimulya, Kecamatan Kotabaru, Kabupaten Karawang, dan rumah Ibu Mariana yang beralamat di Gang Sukaseuri 2, Desa Sarimulya, Kecamatan Kotabaru, Kabupaten Karawang selaku pemilik usaha Bubur Lolos Ibu Mariana.

### **Target/Subjek Penelitian**

Subjek penelitian ini mengambil UMKM yang berlokasi di Desa Sarimulya, Kecamatan Kotabaru, Kabupaten Karawang. Adapun UMKM yang menjadi subjek penelitian adalah:

1. UMKM Tahu Asin Sinar Bandung H. Said
2. Bubur Lolos Ibu Mariana

### **Prosedur Penelitian**

Prosedur yang dilakukan dalam menganalisa data penelitian ini adalah dengan reduksi data, menyajikan data, verifikasi data dan menarik kesimpulan. Reduksi data meliputi proses pemilihan dan penyederhanaan data dalam bentuk uraian yang terinci dan sistematis.

Penyajian data merupakan tahap dimana data-data yang telah direduksi digabungkan agar dapat dilihat data secara keseluruhan. Verifikasi data dilakukan dengan cara triangulasi.

### **Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain observasi dengan cara pengamatan langsung ke lokasi penelitian, wawancara mendalam dengan subjek penelitian, serta studi dokumentasi dengan mengkaji dokumen-dokumen yang relevan dengan masalah penelitian..

### **Teknik Analisis Data**

Berdasarkan pendapat Sukardi (2014), langkah-langkah penelitian deskriptif antara lain: mengidentifikasi adanya permasalahan yang signifikan, merumuskan permasalahan secara jelas, menentukan tujuan dan manfaat penelitian, melakukan studi pustaka yang berkaitan dengan permasalahan, menentukan kerangka berpikir dan hipotesis, mendesain metode penelitian yang hendak digunakan, serta mengumpulkan dan menganalisis data dengan teknik statistika yang relevan. Berdasarkan pendapat Sukardi (2014) tersebut, penelitian ini dilaksanakan dengan tahapan sebagai berikut; analisa situasi desa dan masyarakat, identifikasi masalah, menentukan tujuan kegiatan, menyusun strategi dan solusi pemecahan masalah yang teridentifikasi.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

#### **1. Analisa situasi masyarakat dan Desa Sarimulya**

Pada tahap awal, dilakukan analisa situasi masyarakat dan Desa Sarimulya dengan melakukan observasi langsung ke Desa Sarimulya. Dilakukan wawancara dengan perangkat desa dan beberapa masyarakat desa yang dipilih secara *sampling* sebagai tahap pengambilan data. Selain wawancara, pengambilan data juga diambil melalui Prodeskel Desa Sarimulya.

#### **2. Identifikasi masalah**

Setelah mempelajari dan menganalisa situasi desa dan masyarakat, maka masalah dapat teridentifikasi sebagai berikut:

##### **■ Tahu Asin Sinar Bandung H. Said**

Tahu Asin Sinar Bandung H. Said dimiliki dan dikelola oleh Bapak H. Said Hidayat sejak tahun 1973. Lokasi UMKM ini berada di Gang Cibuntu RT 02/RW 01, Desa Sarimulya, Kecamatan Kotabaru, Kabupaten Karawang. Tahu yang diproduksi dijual dengan harga Rp.1.300 per pcs. Tahu dikemas dengan jumlah yang bervariasi mulai

dari 5, 10, atau sesuai permintaan konsumen. Tahu dikemas dengan plastik transparan, seperti tahu lainnya yang dijual di pasar. Tahu ini tidak dijual di pasar, namun dijual langsung di pabrik tahu, sehingga konsumen harus datang langsung ke pabrik tahu H. Said. Di samping itu, pabrik tahu H. Said merupakan pemasok tahu di beberapa rumah sakit yang di Cikampek.

■ Bubur Lolos Ibu Mariana.

Bubur Lolos Ibu Mariana berlokasi di Gang Sukaseuri 2, Desa Sarimulya, Kecamatan Kotabaru, Kabupaten Karawang. Bubur lolos merupakan jajanan tradisional berupa tepung beras yang dicampur dengan gula merah dan santan kemudian dibungkus dengan daun pisang. Bubur lolos Ibu Mariana sudah berdiri sejak tahun 1975. Bubur lolos Ibu Mariana merupakan usaha keluarga dan masih diproduksi secara *home industry* yaitu segala jenis kegiatan produksi masih berpusat di rumah dan dikerjakan dengan cara tradisional. Ibu Mariana tidak mempekerjakan karyawan untuk memproduksi bubur lolos, proses produksi hanya dibantu oleh keluarganya.

Situasi pandemi yang melanda saat ini memberikan dampak yang cukup signifikan dalam degradasi pendapatan kedua UMKM tersebut. Berdasarkan analisa yang telah dilakukan, dapat ditemukan permasalahan/kendala yang dihadapi oleh kedua UMKM ini, yaitu terkait strategi pemasaran yang masih tradisional.

3. Menentukan tujuan kegiatan

Adapun tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah untuk menganalisa strategi pemasaran yang tepat bagi usaha Tahu Asin Sinar Bandung H. Said dan Bubur Lolos Ibu Mariana di Desa Sarimulya. Dengan mengimplementasikan strategi pemasaran yang tepat, diharapkan dapat membantu kedua UMKM ini dalam menggapai pasar/konsumen yang lebih luas, sehingga mendorong peningkatan pendapatan usaha.

4. Menyusun strategi dan solusi

Strategi pemasaran yang telah diimplementasikan oleh Tahu Asin Sinar Bandung H. Said dan Bubur Lolos Ibu Mariana di Desa Sarimulya masih bersifat tradisional. Produk Tahu Asin Sinar Bandung H. Said tidak dijual di pasar, sehingga para konsumen yang hendak membeli perlu datang langsung ke pabrik tahu. Pemasaran produk skala besar pun hanya terbatas pada rumah sakit di sekitar Cikampek. Sama halnya dengan pemasaran produk bubur lolos Ibu Marianayang juga tidak dipasarkan di pasar atau di toko, melainkan hanya dipasarkan melalui pedagang kue yang berkeliling di sekitar daerah Cikampek. Konsumen yang hendak membeli produk bubur lolos perlu secara langsung datang ke

rumah Ibu Mariana. Dengan strategi pemasaran tradisional ini, banyak masyarakat sekitar yang tidak mengetahui keberadaan UMKM Tahu Asin Sinar Bandung H. Said dan Bubur Lolos Ibu Mariana.

Berdasarkan hasil analisa, penelitian ini menyusun beberapa strategi pemasaran bagi Tahu Asin Sinar Bandung H. Said dan Bubur Lolos Ibu Mariana, yaitu:

■ Mengembangkan strategi pemasaran dari tradisional menjadi digitalisasi

Dengan menggunakan pemasaran digital, pelaku bisnis dapat dengan mudah menghitung konversi dan mengukur keberhasilan dari strategi yang sudah disusun. Pemasaran yang bersifat digital juga memudahkan para pelaku bisnis dalam menganalisa kebutuhan dan perilaku konsumen yang sesuai dengan pasar yang dituju. Salah satu bentuk pemasaran digital dapat diimplementasikan melalui media sosial.

■ Mengenalkan para pelaku UMKM di Desa Sarimulya pada *Marketplace* dan *e-Commerce*.

Di masa pandemi ini, dengan diberlakukannya protokol kesehatan *social distancing*, mendorong timbulnya pergeseran perilaku konsumen, dimana pembelian produk maupun jasa secara daring menjadi pilihan yang digemari para konsumen. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil survei Badan Pusat Statistik mengenai transaksi jual beli secara daring. Hasil dari survei ini menunjukkan, angka penjualan secara daring melonjak tajam sejak adanya arahan *social distancing* dari Pemerintah. Terhitung pada bulan Maret 2020, jumlah transaksi penjualan daring melonjak 320% dari total penjualan daring pada bulan Januari 2020. Lonjakan semakin tajam terjadi di bulan April 2020, dimana tingkat penjualan daring tercatat meningkat hingga 480%. Banyak keuntungan yang dapat dirasakan oleh UMKM jika memanfaatkan penggunaan *e-commerce* selama pandemi, seperti mudahnya mendapatkan konsumen karena meningkatnya jumlah konsumen yang beralih menggunakan *e-commerce*, kemudahan mendapatkan rekapitulasi data penjualan dalam berbagai jangka waktu, hingga mempermudah proses penjualan dan promosi karena konsumen dapat dengan mudah mengakses dan melihat langsung produk yang dijual pada *marketplace* dan *e-commerce* yang dimiliki oleh UMKM.

■ Membantu para pelaku UMKM untuk bekerjasama dengan jasa penyedia layanan pesan antar.

Berdasarkan hasil riset Nielsen yang bertajuk “*Understanding The Online Food Delivery Market dan GoFood’s Leadership in Indonesia*” mengenai kebiasaan

masyarakat kota besar terhadap layanan pesan-antar, hasilnya dari 1.000 responden, 95% diantaranya membeli makanan melalui layanan pesan-antar dalam tiga bulan terakhir. Layanan pesan-antar kini sangat digemari dalam bisnis UMKM di bidang kuliner. Terlebih di tengah kondisi pandemi seperti saat ini yang melarang masyarakat untuk makan di tempat pada restoran dan juga kafe, membuat masyarakat memilih untuk memesan makanan lewat layanan pesan-antar sebagai solusi memenuhi keinginan mereka.

## KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Strategi pemasaran yang telah dianalisa dalam penelitian ini sudah diimplementasikan sebagian oleh kedua pelaku bisnis, strategi yang dilakukan antara lain:

- Penggunaan media sosial Instagram dalam pemasaran produk.
- Pendaftaran UMKM pada salah satu *marketplace*.
- Sedangkan pendaftaran kerjasama UMKM Tahu Asin Sinar Bandung H. Said dan Bubur Lolos Ibu Mariana dengan layanan pesan antar belum dilaksanakan dikarenakan kurangnya sumber daya manusia yang mengelola kerjasama ini, dan produksi bubur lolos yang terbatas pada pesanan saja, sehingga produk tidak tersedia setiap saat.

Saran yang dapat diberikan antara lain:

- Perlunya implementasi strategi pemasaran digital bagi UMKM lain di Desa Sarimulya, agar para pelaku bisnis dapat mengenalkan produknya kepada masyarakat dalam lingkup lingkungan yang lebih luas.
- Perlunya kerjasama UMKM dengan layanan pesan antar dan *marketplace* agar para pelaku bisnis dapat menggapai pasar yang lebih luas, sehingga dapat membantu peningkatan pendapatan.

Adapun keterbatasan dari pelaksanaan penelitian ini antara lain:

- Waktu penelitian yang terlalu singkat, sehingga penelitian tidak dapat dilakukan sampai tahap evaluasi.
- Adanya kondisi pandemi menjadi kendala dalam melaksanakan penelitian secara luring, sehingga kurang optimal dan efektif.

**DAFTAR PUSTAKA**

Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, 2020, Analisis Hasil Survei Dampak Covid-19 terhadap Pelaku Usaha Provinsi Jawa Barat.

Bappenas, 2020, *Perkembangan Ekonomi Indonesia dan Dunia*, Triwulan I Tahun 2020, Halaman 8, [https://www.bappenas.go.id/files/4215/9236/1094/ND\\_269\\_Penyampaian\\_Laporan\\_Perkembangan\\_Ekonomi\\_Indonesia\\_dan\\_Dunia\\_untuk\\_Triwulan\\_I\\_Tahun\\_2020.pdf](https://www.bappenas.go.id/files/4215/9236/1094/ND_269_Penyampaian_Laporan_Perkembangan_Ekonomi_Indonesia_dan_Dunia_untuk_Triwulan_I_Tahun_2020.pdf).

\_\_\_\_\_, 2020, *Perkembangan Ekonomi Indonesia dan Dunia*, Triwulan II Tahun 2020, [https://www.bappenas.go.id/files/3716/0118/7564/Laporan\\_Perkembangan\\_Ekonomi\\_Indonesia\\_dan\\_Dunia\\_Triwulan\\_II\\_2020.pdf](https://www.bappenas.go.id/files/3716/0118/7564/Laporan_Perkembangan_Ekonomi_Indonesia_dan_Dunia_Triwulan_II_2020.pdf).

\_\_\_\_\_, 2020, *Perkembangan Ekonomi Indonesia dan Dunia*, Triwulan III Tahun 2020, [https://www.bappenas.go.id/files/5516/0819/5837/Laporan\\_Perkembangan\\_Ekonomi\\_Indonesia\\_dan\\_Dunia\\_Triwulan\\_III\\_2020.pdf](https://www.bappenas.go.id/files/5516/0819/5837/Laporan_Perkembangan_Ekonomi_Indonesia_dan_Dunia_Triwulan_III_2020.pdf)

\_\_\_\_\_, 2020, *Perkembangan Ekonomi Indonesia dan Dunia*, Triwulan IV Tahun 2020, [https://www.bappenas.go.id/files/5016/1759/6871/Laporan\\_Perkembangan\\_Ekonomi\\_Indonesia\\_dan\\_Dunia\\_Triwulan\\_IV\\_2020.pdf](https://www.bappenas.go.id/files/5016/1759/6871/Laporan_Perkembangan_Ekonomi_Indonesia_dan_Dunia_Triwulan_IV_2020.pdf)

\_\_\_\_\_, 2021, *Perkembangan Ekonomi Indonesia dan Dunia*, Triwulan I Tahun 2021, <https://www.bappenas.go.id/files/%20Direktur%20Perencanaan%20Makro%20dan%20Analisis%20Statistik%20%20%20Direktur%20Perencanaan%20Makro%20dan%20Analisis%20Statistik/Laporan%20Perkembangan%20Ekonomi%20Indonesia%20dan%20Dunia%20Triwulan%20I%20Tahun%202021.pdf>

Sugiyono, 2018, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sukardi, 2014, Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya. Jakarta: Bumi Aksara.

Wulansari, Ajeng, et al., 2021, Strategi Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Karawang dalam Pemberdayaan UMKM, *Jurnal Penelitian Administrasi Publik, Nomor 1, Vol 7*, Halaman 85.