

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha yang digunakan UMKM ayam geprek jhejhe di era teknologi 5.0 terdapat lima strategi utama, yaitu pengembangan produk, strategi pemasaran, pengembangan pasar, pemanfaatan teknologi, dan peningkatan pelayanan.

1. Pengembangan Produk Dilakukan melalui inovasi dan variasi menu, terutama berbagai pilihan sambal, dengan tetap menjaga kualitas dan kesegaran bahan.
2. Strategi Pemasaran Dilakukan dengan memanfaatkan Instagram dan WhatsApp sebagai media promosi, penyampaian informasi, serta komunikasi dengan konsumen.
3. Pengembangan Pasar Dilakukan melalui GoFood dan GrabFood sehingga jangkauan konsumen menjadi lebih luas, tidak hanya di sekitar lokasi usaha.
4. Pemanfaatan Teknologi Teknologi dimanfaatkan dalam kegiatan promosi, pemesanan, komunikasi, dan pembayaran melalui media digital, aplikasi pesan-antar, serta QRIS.
5. Peningkatan Pelayanan Dilakukan dengan memberikan pelayanan yang ramah, cepat, responsif, dan menyesuaikan kebutuhan konsumen, baik secara langsung maupun melalui pemesanan online.

Secara keseluruhan, kelima strategi tersebut diterapkan secara terintegrasi sehingga UMKM ayam geprek jhejhe mampu bertahan dan berkembang di era teknologi 5.0.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan temuan penelitian di atas, berikut disampaikan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi berbagai pihak yang terkait:

1. Bagi pemilik UMKM ayam geprek jhejhe. Disarankan untuk segera memodernisasi sistem pencatatan keuangan dari cara manual beralih ke aplikasi pembukuan digital yang mudah digunakan, seperti BukuWarung atau BukuKas, guna memudahkan pemantauan arus kas, penyusunan laporan keuangan, dan pengambilan keputusan bisnis secara lebih akurat. Selain itu, pemilik disarankan menyusun strategi konten media sosial yang lebih terencana dan konsisten, termasuk jadwal unggahan, identitas visual yang khas, serta ragam konten yang menarik untuk meningkatkan engagement dengan konsumen di platform digital. Peningkatan kompetensi digital karyawan juga perlu menjadi prioritas, misalnya melalui pelatihan pembuatan konten atau pengelolaan media sosial agar pengelolaan digital tidak sepenuhnya bergantung pada pemilik saja.
2. Bagi pelaku UMKM lainnya. Pengalaman UMKM ayam geprek jhejhe dapat dijadikan referensi dan inspirasi bagi pelaku UMKM kuliner lainnya di Kota Bengkulu dalam menerapkan strategi pengembangan usaha berbasis teknologi digital. Mulailah dengan langkah sederhana

seperti mendaftarkan usaha di platform pesan antar online, mengaktifkan sistem pembayaran QRIS, dan membangun kehadiran di media sosial secara bertahap. Komitmen dan konsistensi dalam menjalankan strategi digital menjadi kunci keberhasilan transformasi UMKM di era teknologi 5.0.

3. Bagi peneliti selanjutnya. Penelitian ini masih terbatas pada satu objek penelitian dengan metode kualitatif deskriptif. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan lebih banyak UMKM sejenis di Kota Bengkulu agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif. Pendekatan kuantitatif atau metode campuran (mixed methods) dapat digunakan untuk mengukur dampak penerapan strategi pengembangan usaha secara lebih terukur dan dapat digeneralisasi. Selain itu, aspek-aspek yang belum dikaji secara mendalam dalam penelitian ini, seperti manajemen keuangan digital dan penguatan sumber daya manusia berbasis teknologi, dapat menjadi fokus penelitian berikutnya.