

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan uraian dan pembahasan sebagaimana bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengembangan Pemasaran Online (E-Peken) Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pasca Pandemi Covid-19 Di Kota Surabaya sangat dirasakan oleh pengusaha UMKM, karena semasa Covid 19 dengan penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) hingga penerapan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Level 4, benar-benar sangat dirasakan oleh pada pelaku UMKM – kegiatan usahanya bagaikan hidup enggan mati tidak mau. Turutsertanya Pemkot Surabaya menghidupkan dan menggairahkan para pelaku usaha UMKM, memberikan pelatihan pemasaran dari yang konvensional mempertemukan antara pelaku usaha UMKM dengan para konsumen, yang langka terjadi pada saat pandemi covid-19, beralih melalui online dengan pemasaran secara E-PEKEN.
2. Pemasaran produk UMKM secara online (program E-PEKEN) melalui pelatihan pemahaman mengenal sarana internet, sebenarnya para pelaku usaha UMKM yang memasarkan produknya tidak paham dan bahkan menjemukan untuk mengikuti pelatihan dan lebih memahami jual beli secara manual. Namun dengan semangat untuk mengembangkan kembali produk yang dihasilkan oleh UMKM, akhirnya membuahkan hasil.
3. Berdasarkan data tabel sebagaimana tersebut di atas dapat dijelaskan bahwa perkembangan UMKM sebelum Pandemi Covid-19 pada tahun 2021 dengan pada saat covid 19 tahun 2021 terjadi suatu peningkatan target penjualan, pada tahun 2020 target omset kisaran 23 % yakni target omset 11.592.012.000, realisatarget 17.682.802.515, sedangkan pada tahun 2021 target omset 16.348.662.000,00, realisasi 22.417.844.280. Pencapaian antara target dan realisasi dari tahun 2021 dan tahun 2021 tidak lepas dari strategi pemasaran melalui online melalui kerjasama

dengan penyelenggara layanan jual beli secara online untuk menyasati adanya larangan untuk keluar dan berkumpul.

## 5.2. **Saran**

1. Pemasaran secara online (E-PEKEN) dirasakan ketika masih dalam pandemi Covid-19 oleh Pengusaha UMKM untuk itu perlu adanya suatu keberlanjutan.
2. Pemberian pemahaman dan arti penting pelatihan kepada pengusaha UMKM sehingga perlu ditingkatkan lagi.