

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pedagang Pentol Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Dalam Persaingan Bisnis Di Wilayah Banjarmasin Barat, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Para pedagang pentol di Banjarmasin Barat telah menerapkan strategi pengembangan usaha secara sederhana namun tetap berjalan efektif dan konsisten. Strategi tersebut meliputi inovasi produk dengan menambah varian tidak hanya menjual pentol saja akan tetapi dilengkapi dengan makanan pendamping, pemilihan lokasi strategis, penetapan harga yang tetap konsisten dan terjangkau akan tetapi tetap mempertahankan kualitas dan rasa,, serta distribusi yang melibatkan keluarga atau reseller yang sangat menunjang omzet penjualan.
2. Para pedagang juga menghadapi berbagai hambatan seperti kenaikan harga bahan baku, kelangkaan bahan bakar gas, cuaca yang tidak menentu, keterbatasan modal, kurangnya SDM dalam proses produksi, Kurangnya pemahaman terhadap penggunaan media sosial sebagai sarana promosi,

serta persaingan sesama pedagang pentol yang lebih bervariasi yang semakin ketat.

B. Saran

1. Bagi Pedagang Pentol (Pelaku UMKM)
 - a) Disarankan untuk meningkatkan kapasitas usaha melalui pelatihan kewirausahaan, khususnya dalam hal inovasi produk, manajemen keuangan, dan strategi pemasaran digital.
 - b) Pelaku usaha sebaiknya mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas.
 - c) Melakukan evaluasi secara berkala terhadap kualitas produk dan pelayanan, agar tetap dapat mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan.
2. Bagi Pemerintah Daerah dan Instansi Terkait
 - a) Perlu adanya dukungan berupa program pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan bagi pelaku UMKM, terutama dalam bidang pengembangan usaha dan digital marketing.
 - b) Menyediakan akses permodalan yang mudah dan terjangkau untuk membantu pedagang dalam mengembangkan usaha mereka.
 - c) Mendorong kolaborasi antar pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing dan pertukaran ide kreatif.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a) Penelitian ini hanya berfokus pada aspek strategi pengembangan usaha dari segi pemasaran, produk, dan manajemen keuangan. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan aspek lain seperti peran teknologi digital secara lebih mendalam atau mengkaji lebih luas perbandingan antar wilayah.
- b) Melakukan Penelitian secara kuantitatif dengan sampel yang lebih besar juga bisa dilakukan untuk mengukur secara statistik dampak dari strategi pengembangan terhadap peningkatan omzet.