

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di UMKM Sido Project yang merupakan usaha jasa di bidang *event organizer* yang baru saja berdiri pada tahun 2023 dapat disimpulkan bahwasannya strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Sido Project menggunakan sosial media dan masih belum terkoordinasi dengan baik dengan memanfaatkan influencer. Selain itu, juga melakukan pemasaran secara *offline* dengan menggunakan brosur, baliho, dan pemasaran dengan relasi.

Proses perancangan website Sido Project memiliki tahapan dimulai dari melakukan wawancara, mengumpulkan bahan website, dan membuat desain kasar website Sido Project. Kemudian, untuk proses pembuatan dari Website Sido Project dimulai dari menentukan nama domain, membeli domain dan hosting, meng-*install* wordpress, menentukan jenis website, memilih dan meng-*install* tema, meng-*install* plugin, membuat menu, mengisi menu *home*, mengisi menu *about us*, mengisi menu *our team*, mengisi menu *our event*, dan mengajukan ke Sido Project.

Dampak dari adanya website Sido Project memberikan dampak yang signifikan dimulai dari proses *join event* yang menjadi lebih ringkas melalui website, proses pembayaran juga dapat dilakukan melalui website, menjadi portofolio yang dapat menampilkan *track record* Sido Project dari *event-event* yang pernah diadakan, dan menjadi strategi pemasaran digital yang efektif dalam menyasar *business to business*.

Permasalahan lain didapatkan bahwasannya proses pendaftaran dan pembayaran masih dilakukan melalui *chat whatsapp* kontak dari UMKM Sido Project. Dengan adanya *website* bagi para pelaku UMKM yang berminat untuk bergabung dengan *event* dari UMKM Sido Project dapat dilakukan sekaligus di *website* tersebut. Tentunya ini akan menjadi lebih efisien dan efektif.

Berdasarkan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dari itu perancangan dan pembuatan *website* di UMKM Sido Project. *Website* yang dibuat nantinya akan berbasis *wordpress* yang pastinya memudahkan bagi UMKM Sido Project turut serta mengoperasikan dan meningkatkan efektivitasnya agar dapat memberikan dampak yang signifikan pada UMKM Sido Project.

5.2 Saran dan Implikasi Penelitian

Dalam penulisan tugas akhir dengan judul “Website Sebagai Strategi Digital Marketing Pada UMKM Sido Project” diharapkan dapat memberikan manfaat baik bagi UMKM Sido Project secara langsung maupun dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik dari sebelumnya. Adapun berikut beberapa saran penulisan Tugas Akhir dengan judul “Website Sebagai Strategi Digital Marketing Pada UMKM Sido Project” ditujukan untuk:

5.1.1 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti yang hendak mengambil topik serupa dengan Tugas Akhir berjudul “Website Sebagai Strategi Digital Marketing Pada UMKM Sido Project”

diharapkan dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya.

5.1.2 Saran Untuk UMKM Sido Project

Bagi UMKM Sido Project diharapkan dapat terus memanfaatkan hasil penelitian ini dengan menggunakan fitur-fitur yang ada. Kemudian, ke depannya juga diharapkan menerapkan strategi pemasaran yang lebih variatif dan efektif agar dapat menjangkau potensi pangsa yang lebih luas.

5.1.3 Saran Untuk UHW Perbanas

Bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas diharapkan memanfaatkan hasil penelitian agar dapat dijadikan referensi oleh mahasiswa Universitas Hayam Wuruk Perbanas yang mengambil topik serupa.

5.1.4 Implikasi Penelitian

Implikasi dari penelitian ini pada UMKM Sido Project apabila menerapkan dan menggunakan website hasil penelitian dari peneliti akan memberikan dampak yang signifikan bagi penguatan pemasaran melalui website Sido Project dapat dikenal baik di kalangan sesama pelaku UMKM maupun konsumen. Kemudian, hambatan dalam melakukan penelitian ini adalah peneliti kesulitan dalam mengembangkan fitur-fitur yang lebih kompleks dari website Sido Project.

DAFTAR RUJUKAN

- Amirrullah. (2022). *Metodologi Penelitian Manajemen: Disertai Contoh Judul Penelitian dan Proposal*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Aulia, A. H., & Aulia, F. (2020). Developing the standard operating procedures of the event organizer industry based on service quality. *Journal of Business and Retail Management Research*, 14(4), 152–157.
- BPS. (2021). *Statistik UMKM Indonesia*. <https://www.bps.go.id/>
- Company, M. &. (2018). *Indonesia's digital economy: A new driver of growth*. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/asia-pacific/indonesias-digital-economy-a-new-driver-of-growth>
- Dharma, A. (2016). *Proposal Writing: Cara Efektif Menyusun Proposal untuk Proyek dan Penelitian*. Gava Media.
- Djumilah, R., & Huda, M. (2017). *Pengantar Metode Penelitian Sosial: Teori, Contoh, dan Aplikasi*. Penerbit Buku Kompas.
- Fatihudin, D. (2019). *Pemasaran jasa*. Deepublish Publisher.
- Hanifah, N., & Rasyid, R. H. (2018). Pemanfaatan WordPress sebagai Media Pembelajaran dalam Meningkatkan Kreativitas Siswa. *Urnal Pendidikan Informatika Dan Sains*, 1(7), 48–55.
- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, A. S., & Erlangga, H. (2022). *Konsep , Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method)*. Hidayatul Quran.
<https://books.google.co.id/books?id=Vja4DwAAQBAJ>
- Hermawan, W. (2017). *Panduan Lengkap Pemasaran Online: Strategi Digital untuk Sukses Bisnis di Era Modern*. PT Elex Media Komputindo.
- Hutomo, H. (2016). *Panduan Desain Brosur Profesional: Langkah Praktis untuk Desainer Grafis*. Cipta Media Kreasi.
- Juditha, C., & Sulistiowati, W. (2015). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, Kompetensi Sumber Daya Manusia, dan Lingkungan Kontrol terhadap Kualitas Dokumentasi Akuntansi (Studi Empiris pada Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) di Kota Tegal). *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 2(19).
- Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Limanseto, H. (2022a). *Pemerintah Dorong Optimalisasi Pertumbuhan Industri Kreatif Indonesia*. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/3593/pemerintah-dorong-optimalisasi-pertumbuhan-industri-kreatif-indonesia>
- Limanseto, H. (2022b). *Pengembangan UMKM Menjadi Necessary Condition untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4136/pengembangan-umkm-menjadi-necessary-condition-untuk-mendorong-pertumbuhan-ekonomi>
- Marolli. (2017). *Presiden: Kebijakan Pemerataan Ekonomi Untuk Atasi Ketimpangan*. Kemenkominfo.
<https://kominfo.go.id/content/detail/9566/pre%0Asiden-kebijakan-pemerataan->

- ekonomi-untuk-%0Aatasi-ketimpangan/0/artikel_gpr
- Moeleong, & J, L. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif* (Cetakan ke). PT Remaja Rosdakarya.
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian* (R. Sikumbang (ed.)). Ghalia Indonesia.
- Novitasari, T. A. (2022). *Buku Strategi UMKM Bertahan di Masa Pandemi*. Deepublish Publisher.
- Nurlia. (2018). Strategi Pelayanan dengan Konsep Service Excellent. *Meraja Journal*, 1(2), 17–30. <https://media.neliti.com/media/publications/284682-strategi-pelayanan-dengan-konsep-service-09679416.pdf>
- Prasetio, A. A., & Yudaningsy, T. D. (2017). Analisis Pengaruh Fitur Website terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada E-commerce www.tokopedia.com). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(31), 40–48.
- Putra, I. N. D. (2016). *Pemberdayaan UMKM: Menuju Pertumbuhan Ekonomi yang Inklusif*. Penerbit Andi.
- Rachman, F., A. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan Website terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 1(12), 20–30.
- Rahman, A. (2015). *Strategi Pemasaran Online untuk Pengusaha dan Pebisnis Modern*. Visimedia.
- Saputra, D. (2016). *Kiat Sukses Desain Promosi dengan Brosur*. CV. Bintang Sejahtera.
- Sari, E. K., & Hapsari, R. (2018). Event Organizer Perspectives: A Study in Indonesian Event Industry. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 4(1), 51–62.
- Struggles., H. &. (2019). *The power of digital marketing: Driving customer engagement, experience, and loyalty*. <https://www.heidrick.com/>
- Suaedy, A. (2016). *Baliho: Media Iklan Luar Ruang yang Efektif*. Andi Offset.
- Sudajeng, L. (2016). *Iklan Billboard dan Baliho: Strategi Efektif dalam Pemasaran Luar Ruang*. CV. Andi Offset.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Digital Marketing: Meningkatkan Brand Awareness dan Memperluas Pasar Melalui Internet*. Penerbit Andi.
- Verawaty, V. (2015). *Strategi Pemasaran Relasional: Peningkatan Kualitas Layanan dan Loyalitas Pelanggan*. Graha Ilmu.
- Wijaya, A. A., & Suroso, A. (2017). Analisis Kinerja Layanan Web Hosting Berbasis Linux dan Windows untuk Website E-Commerce. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Komputer*, 2(5), 78–85.
- Zuhri, S. (2016). *101 Media Promosi Kreatif & Inovatif*. Ciptamedia Digital.