

# BAB V

## PENUTUP

### 5.1. Kesimpulan

Melalui wawancara, peneliti dapat menyimpulkan hasil penelitian Pengambilan Keputusan Kreatif pada UMKM DELIMA Donat sebagai berikut :

#### 1. Persiapan

DELIMA Donat dalam tahap persiapan, cukup mempersiapkan UMKM dengan baik, karena meski tidak memiliki pengalaman dalam dunia *bakery*, pemilik dan anggota dalam UMKM terus gigih dalam mempersiapkan UMKM dengan pemilik yang memiliki sikap ingin selalu belajar, pemilik dan semua responden selalu berdiskusi bersama untuk saling bertukar pikiran dan saling melengkapi gagasan, dan memiliki bahan bacaan di google untuk menambah wawasan-wawasan yang luas mengenai donat (resep dan proses pembuatan) serta kuliner secara keseluruhan. Pemilik dan responden memiliki tingkat kegigihan yang tinggi untuk memperbaiki dan mengembangkan DELIMA Donat.

#### 2. Penyelidikan

Kondisi bisnis yang terjadi adalah penurunan penjualan. Faktor penyebab terjadinya penurunan penjualan disebabkan oleh dua faktor. Faktor yang pertama adalah produk donat yang belum bagus ( masih berminyak, kurang empuk, serta bentuk yang tidak rapi) disebabkan karena responden satu belum memiliki cukup *skill* untuk membuat donat. Faktor yang kedua adalah pengiriman terlambat disebabkan karena kurangnya tenaga kerja untuk membentuk adonan dan menopping donat. Hal ini menyebabkan *customer* menjadi kurang mempercayai DELIMA Donat.

### 3. Transformasi

Hal yang dilakukan Pemilik dan semua responden pada tahap transformasi adalah :

- i. Berpikir secara konvergen dan divergent. Berpikir konvergent dengan mendiskusikan resep donat yang diinovasi. Berpikir divergent dengan mendiskusikan untuk memproduksi dan membuat produk selain donat.
- ii. Meningkatkan *skill* dalam mengolah menu, meningkatkan daya jual produk, selalu menjaga mutu dan service bagi pelanggan. Sikap tersebut dipilih untuk mengatasi kondisi bisnis agar DELIMA Donat dapat menjadi lebih baik dan berkembang.

### 4. Penetasan

Meningkatkan skill dengan melihat resep dan tutorial di youtube, memasarkan produk secara online (WhatsApp) ke beberapa grup alumni, memperbaiki mutu produk dengan menginovasi adonan donat dan memanfaatkan peluang dengan baik.

Responden memanfaatkan peluang dengan melihat makanan yang sedang viral, dan mempelajari cara pembuatan makanan tersebut dan mempromosikan produk secara offline terhadap konsumen Mirah Delima Foto. Peluang tersebut dimanfaatkan karena untuk mempertahankan dan mengembangkan DELIMA Donat, ditengah penurunan penjualan yang terjadi.

### 5. Penerangan

Gagasan-gagasan kreatif yang dihasilkan adalah menginovasi resep donat, menginovasi proses pembuatan donat, memproduksi *dorayaki*, *profertjess*, dan *chicken crispy*, emulai proses produksi pukul 02.00 WIB. Alasan responden adalah memberikan pilihan menu lain terhadap customer dan pengiriman tidak terlambat .

## 6. Pengujian

Pemilik dan semua responden melaksanakan tahap pengujian dengan baik dan memiliki respon yang positif saat menguji kekuatannya. Mayoritas *customer* DELLIMA Donat adalah dari alumni Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang angkatan 1982 karena produk dapat dibagikan ke banyak orang seperti cucu dan karyawan dan jumlah anggota alumni Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Semarang angkatan 1982 anggota grupnya lebih banyak daripada anggota alumni Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Semarang angkatan 1983. Gagasan-gagasan kreatif yang dicetuskan juga memiliki mafaat-manfaat yaitu memberikan beragam pilihan menu terhadap customer yaitu dengan menyediakan menu dengan rasa manis dan menu dengan rasa asin, pengiriman produk dan waktu ready produk tidak terlambat, meningkatkan kepuasan konsumen.

## 7. Implementasi

Gagasan – gagasan kreatif final yang diterapkan untuk mengatasi kondisi bisnis adalah :

1. Memproduksi dan menjual donat yang telah diinovasi resepnya supaya produk DELIMA Donat dapat dipercayai konsumen kembali.
2. Memproduksi dan menjual *chicken crispy* karena peminat paling banyak adalah *chicken crispy*.
3. Memulai produksi pukul 02.00 WIB agar *delivery* tidak terlambat.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian Pengambilan Keputusan Kreatif pada UMKM DELIMA Donat di Semarang, izinkan peneliti untuk menyampaikan saran terhadap UMKM DELIMA Donat. Berikut saran yang peneliti sampaikan :

1. Sebaiknya pemilik mendaftarkan DELIMA Donat di *e-commerce*. Karena, dengan mendaftarkan DELIMA Donat pada *e-commerce*, peluang untuk mendapatkan *customer* baru lebih tinggi. Dengan *e-commerce*, masyarakat di seluruh Semarang dapat menjangkau dan memesan produk DELIMA Donat, sehingga penjualan dapat meningkat, karena lebih banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan dan peoduk DELIMA Donat.
2. Sebaiknya, pemilik mengambil kursus dalam membuat donat, supaya produk yang diproduksi dapat menjadi lebih maksimal dari produk donat yang telah diinovasi.
3. Sebaiknya, dalam mempromosikan produk melalui Instagram dan WhatsApp, promosi dibuat lebih menarik lagi, supaya dapat menarik minat dari teman-teman pemilik.
4. Sebaiknya, promo-promo diadakan secara berkala dan rutin. Misalnya, setiap satu bulan sekali, atau setiap beberapa bulan satu kali.

