

## ANALYSIS OF TECHNOLOGY UTILIZATION AND INNOVATION OF CONSUMER SATISFACTION IN PANDEMIC COVID-19

Nadia Rapika Sari<sup>1</sup> Vitri Awaliah<sup>2</sup> Panji Agnyoto<sup>3</sup> Fajar Meiyanti<sup>1</sup>

STIE Sutaatmadja Subang , Indonesia

nadiarapikasari@gmail.com

### INFO ARTIKEL

### ABSTRACT

#### Histori Artikel :

Tgl. Masuk : 01 Agustus 2021

Tgl. Diterima : 30 September 2021

Tersedia Online : 30 September 2021

#### Keywords:

UMKM, Utilization of  
technology, Innovation.

*The scope of this research is about the analysis of the use of information technology, and innovation of UMKM in consumer satisfaction during the Covid-19 pandemic. This study aims to determine the level of consumer satisfaction when shopping at UMKM during the Pandemic, both from the use of technology held or from innovations that have been made. given by the UMKM. The method used in this research is descriptive with a qualitative approach, by means of data obtained from direct interviews with UMKM owners. The results obtained show that the use of Homstore.byara UMKM technology based on the level of consumer satisfaction is considered very good even though during the Covid-19 pandemic, this can be seen from the consumer response which states directly to the owner of the UMKM itself. In terms of innovation for consumer satisfaction, the response given is very good, both in terms of place and product innovation. The results of the interview show that consumer satisfaction from Homstore.byara UMKM based on the use of technology and innovation is very good and prioritized.*

### PENDAHULUAN

Virus Corona atau biasa disebut dengan Covid-19 merupakan virus yang berasal dari kota Wuhan China yang kini telah menyebar ke berbagai Negara salah satunya Negara Indonesia tepatnya pada bulan maret 2020. Covid-19 berdampak ke berbagai sektor salah satunya yaitu sektor yang paling utama sektor ekonomi. Hal ini banyak dirasakan oleh para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang mengalami krisis ekonomi dimana adanya penurunan tingkat daya beli masyarakat terhadap produk-produk yang dijual dari UMKM tersebut. Sehingga

sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan masa Usaha UMKM.

UMKM atau yang memiliki arti kepanjangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah ini adalah suatu bisnis yang dijalankan langsung oleh individu itu sendiri. Menurut Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang UMKM, Usaha Mikro adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana yang telah diatur dalam Undang-Undang ini.

Saat ini UMKM sedang dihadapi berbagai permasalahan yang begitu banyak dimasa pandemi Covid-19 ini

seperti penurunan penjualan produk, permodalan, proses penjualan terhambat, dan hal ini menjadi ancaman bagi perekonomian masyarakat. UMKM yang dianggap sebagai penggerak ekonomi domestik ini tengah menghadapi penurunan produktivitas yang berakibat pada penurunan suatu profit secara signifikan.

Alasan peneliti melakukan penelitian di UMKM Homstore.byara ini yaitu terdapat keunik yang peneliti lihat dari UMKM yang pertama Homstore.byara ini sangat memanfaatkan Teknologi dengan baik Homstore.byara tidak hanya memanfaatkan teknologi melalu whatsapp saja tetapi merambat ke Instagram dan Shoppe, teknologi yang dimanfaatkan UMKM ini sangat mudah dipahami oleh konsumen khususnya pada remaja.

Selain dari pemanfaatan teknologi Homstore.byara juga menyediakan fasilitas yang lengkap yang ada ditokonya seperti ruang ganti,tempat charger handphone,tempat kasir yang menarik,parkir yang luas dan keramahan yang diberikan oleh owner kepada konsumen.

Selain dari tempat keramahan owner juga dapat menjadi nilai tambahan ketika kita akan berbelanja disuatu tempat perbelanjaan,dan peneliti rasa ini diberikan oleh owner Homstore.byara. Ini juga menjadi alasan ketika peneliti

melakukan penelitian di UMKM ini. Karena Tidak menutup kemungkinan ketika kita berbelanja disuatu tempat apalagi ini toko fashion kita bertemu dengan owner yang kurang ramah,kita sebagai pembeli menjadi kurang menarik kembali untuk berbelanja ditoko yang sama,kita sebagai pembeli akan mencari owner yang ramah dan membuat nyaman pembeli. Dan owner dari UMKM Homstore.byara ini memberikan keramahan yang dapat dikatakan sangat baik,tidak hanya kepada pembeli, ke peneliti pun memberikan respon yang baik sehingga peneliti merasa nyaman ketika berkunjung ke Toko UMKM tersebut.

Banyak sekali pelaku UMKM yang terdampak dikota Subang dan salah satunya Homstore.byara ini peneliti melihat bahwa UMKMinya begitu memberikan banyak sekali inovasi untuk usahanya sehingga ketika kebanyakan pelaku UMKM mengalami penurunan penjualan yang sangat pesat UMKM Homstore.byara ini mampu menyetabilkan penjualannya,bahkan ketika pandemipun dapat dikatakan bahwa Homstore.byara mendapatkan tambahan konsumen.

Konsumen yang mengetahui bahwa dimasa pandemi ada UMKM yang malah semakin bagus menjualannya yang dimana owner melakukan promosi di sosial media hampir setiap hari,sehingga banyak sekali konsumen baru yang

didapatkan dari promosinya itu. Inovasi baru yang selalu owner buat untuk UMKMNya mampu menaikkan penjualan dan bertahan dimasa pandemi seperti ini.

Di masa pandemi seperti ini bukannya hanya harga saja yang dipertimbangkan tetapi kualitas juga, produk produk terbaru dan produk yang lebih unggul dari pada para pesaing yang lain, menjadi faktor pertimbangan juga untuk para konsumen, konsumen dimasa sekarang lebih teliti lagi dalam memilih apa saja yang akan mereka beli apalagi mengenai fashion tentu menjadi pertimbangan, dan kepuasan konsumen menjadi faktor utama di Homstore. byara. konsumen akan dibuat nyaman ketika pertama mereka berkunjung dan konsumen tidak akan merasa kebingungan ketika akan memilih fashion apa yang akan mereka beli, karena owner akan dengan ramah untuk membantu para konsumennya dalam memilih fashion mereka.

Untuk membangkitkan permasalahan dalam UMKM ini membutuhkan suatu solusi mitigasi dan pemulihan. Langkah pertama yaitu Mitigasi hal utama jangka pendek adalah dengan menciptakan suatu Teknologi (E-commerce) bertujuan untuk memperluas kemitraan. Upaya lainnya yaitu menciptakan suatu Inovasi untuk membuat konsumen tertarik pada produk di UMKM tersebut. Kedua upaya tersebut dapat menunjang perbaikan daya saing

produk, sistem pemasaran produk, kepuasan konsumen dan lain sebagainya.

Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia atau (LIPI) telah berkomitmen untuk memberikan sebuah kontribusi dalam menyelesaikan permasalahan UMKM Indonesia yang terdampak Covid-19. (LIPI) melalui pusat pemanfaatan dan inovasi IPTEK telah melaksanakan berupa fungsi inkubasi seperti melakukan pembinaan kepada UMKM dengan cara memberikan sebuah kesempatan kepada masyarakat khususnya para pelaku UMKM untuk bisa memanfaatkan fasilitas yang sudah tersedia dipusat pemanfaatan dan inovasi IPTEK, dimulai dari ruang kerja sampai peralatan yang dibutuhkan untuk proses penjualan produk.

Berdasarkan Dari Latar Belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada suatu Usaha Mikro Kecil Menengah, maka dari itu peneliti mengambil judul Laporan Penelitian mengenai "ANALISIS PEMANFAATAN TEKNOLOGI DAN INOVASI TERHADAP UMKM DALAM KEPUASAN KONSUMEN DIMASA PANDEMI COVID-19".

## **KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Usaha mikro kecil menengah (UMKM)**

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan sebuah bisnis yang dilakukan oleh individu, rumah tangga, badan usaha ukuran kecil. Penggolongan UMKM

dilakukan batasan omset pertahun, jumlah kekayaan atau asset, maupun jumlah karyawan. Menurut UU Nomor 20 tahun 2008 UMKM atau Usaha Mikro, kecil, dan Menengah adalah kelompok usaha yang dikelola oleh orang atau suatu badan usaha tertentu. UMKM mempunyai peranan yang sangat penting bagi perekonomian disebuah Negara. Karena sector UMKM adalah penyumbang PDB terbesar, yang banyak menyerap lapangan kerja, serta relative tahan terhadap krisis keuangan.

Teknologi Informasi dan komunikasi dapat digunakan untuk mempermudah suatu proses kegiatan usaha bagi sebuah UMKM ditengah situasi pandemic covid-19 sekarang ini. Kini dengan adanya perkembangan digital dan teknologi internet membuat banyaknya suatu peluang besar bagi sebuah bisnis dan pelaku UMKM. Dengan teknologi, kita tidak hanya bisa bersosialisasi tetapi juga dapat dimanfaatkan untuk menjalankan bisnis dengan sangat mudah.

### **Dampak Pandemiterhadap lapangan usaha**

Survei BPS : Covid-19 Tekan Semua Sektor Usaha Berdasarkan laporan Survei Dampak Covid-19 terhadap Pelaku Usaha yang dilakukan BPS selama 10-26 Juli 2020, mayoritas pelaku usaha mikro dan kecil (UMK) dan usaha menengah

dan besar (UMB) sama-sama melaporkan penurunan pendapatan.

Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan mayoritas pelaku usaha yang disurvei menyatakan mengalami penurunan pendapatan sejak pandemi Covid-19. Berdasarkan laporan Survei Dampak Covid-19 terhadap Pelaku Usaha yang dilakukan BPS selama 10-26 Juli 2020, mayoritas pelaku usaha mikro dan kecil (UMK) dan usaha menengah dan besar (UMB) sama-sama melaporkan penurunan pendapatan. Sebaliknya, hanya sekitar 13 persen pada UMK dan 15 persen pada UMB yang menyatakan pendapatan tetap. Kemudian, hanya 2 persen dari UMK dan 3 persen dari UMB yang menyatakan adanya kenaikan pendapatan.



Dari segi operasional, mayoritas pelaku UMK dan UMK masih beroperasi secara normal dengan proporsi masing-masing 49,4 persen dan 59,8 persen. Lalu, sekitar 5 persen pelaku UMK dan 10,1 persen UMB dilaporkan telah berhenti beroperasi akibat pandemi ini.

### Pemanfaatan Teknologi

Dalam sebuah UMKM ini pemanfaatan teknologi merupakan hal utama untuk meningkatkan penjualan dimasa pandemic covid-19 ini. UMKM yang kita teliti juga memanfaatkan teknologi dengan menggunakan social mediaseperti(Whatsap,Facebook,Instagram dan Shopee) untuk bisa lebih meningkatkan promosi produk,review dibuat lebih menarik, dengan cara produk difoto dengan menarik agar konsumen tertarik dengan produk tersebut.

### Inovasi produk

Inovasi produk adalah hal mutlak yang diperlukan oleh sebuah UMKM sehingga dapat dikembangkan dengan memberikan banyak sekali manfaat dan dampak positif yang dirasakan. Inovasi produk "sesuatu" yang baru terdapat dari siapapun sebagai proses menciptakan produk baru. Inovasi produk merupakan penciptaan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen sehingga muncul minat beli terhadap produk tersebut, yang diharapkan dapat direalisasikan melalui keputusan konsumen.

### Kepuasan konsumen

Menurut Kotler dan Keller dalam donni juni priansah (2017: p.196), menyatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah

membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Sedangkan menurut Swan dalam Fandy tjiptono (2014:p.353) mendefinisikan Kepuasan konsumen sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relative bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan atau pemakaiannya.

Dapat disimpulkan dari penjelasan diatas bahwa Kepuasan Konsumen merupakan sebuah perasaan senang atau tidak senang seseorang yang telah muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) dari produk dengan apa yang diharapkan oleh seseorang.

Tabel 2.1  
Penelitian Terdahulu

N o	Nama	Judul penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian
1	Mia Mulyani Petri	Strategi pemasaran dalam mempertah ankan bisnis UMKM ditengah pandemic Covid-19	Kualitatif	Strategi pemasara n took buket bunga gallery daisuki menggun akan buaran pemasara n

				(marketing mix) 4P yang terdiri dari strategi produk (product), strategi harga (price), strategi promosi (promotion), dan strategi tempat (place)				Platform online (E-commerce). Bermitra dengan Bibli dan membantu serta mendorong para UMKM untuk terus bertahan dan juga membantu ekonomi Indonesia terus bergerak.
2	Siti Aminah	Membangkitkan UMKM di masa pandemic Covid-19 dengan inovasi dan teknologi	Kualitatif	Perubahan perilaku konsumen Indonesia yang beralih ke online (E-commerce) dimasa pandemic ini sehingga melihat peluang besar untuk memanfaatkan				Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara Teknologi informasi dan Inovasi terhadap daya saing, hal
3	Dede Ihya I, Rizki Zulfikar	Pemanfaatan teknologi informasi dan inovasi produk terhadap daya saing pada sentra topi margaasih Bandung	Kualitatif					

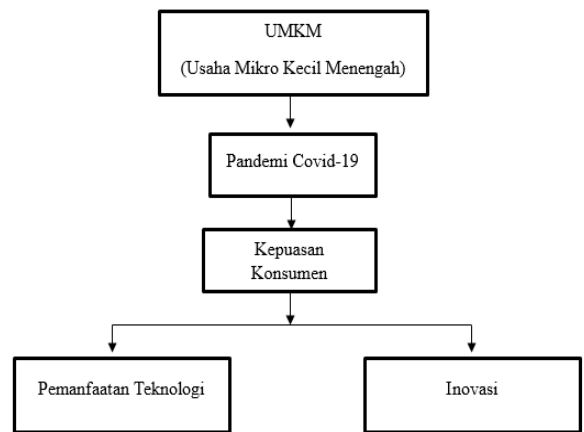
				<p>ini ditunjuka n dengan pengujian Hipotesis yang menyatak an bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari teknologi informasi dan inovasi terhadap daya saing pada Sentra Topi Margaasi h kota Bandung.</p>
--	--	--	--	---

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini yaitu pemanfaatan Teknologi dan Inovasi sebagai kerangka utama, Pemanfaatan teknologi dan inovasi dalam masa pandemi Covid-19 ini digunakan oleh seluruh UMKM untuk menghasilkan sebuah kepuasan bagi konsumen. Sehingga menghasilkan suatu pencapaian dan pertahanan bagi UMKM

untuk bertahan di masa Pandemi Covid-19 saat ini.

Dan kinerja (hasil) dalam melakukan kegiatan wawancara langsung kepada narasumber adalah kinerja dalam hal Pemanfaatan teknologi dan penerapan inovasi terhadap UMKM dimasa pandemi covid-19 baik/buruknya sebuah analisis ini dinilai dari kepuasan konsumen ketika berbelanja di UMKM.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



## METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dalam metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, menurut Shinta (2013:3) metode penelitian deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan suatu masalah atau fenomena yang terjadi, dengan tujuan untuk mendeskripsikan apa yang terjadi sesuai dengan kenyataannya. sama halnya dalam penelitian ini menggambarkan sesuatu dengan fenomena mengenai pemanfaatan teknologi dan inovasi pada UMKM

dalam kepuasan konsumen dimasa pandemi covid-19.

Selain itu penelitian ini juga menggunakan pendekatan kualitatif menurut Modul Rancangan Penelitian (2019) yang diterbitkan Ristekdikti, penelitian kualitatif bisa diartikan sebagai sebuah prosedur riset yang dapat memanfaatkan sebuah data deskriptif, berupa kata yang tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian kualitatif dilakukan menganalisis sebuah fenomena, peristiwa, sikap kepercayaan dan persepsi seseorang atau kelompok tertentu, jadi, prosesnya penelitian kualitatif dapat dimulai dengan menyusun asumsi dasar yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang dikumpulkan dalam analisis kemudian ditafsirkan.

Sumber data dari penelitian ini menggunakan dua sumber data untuk mencari dan mengumpulkan sumber data yang ada pada penelitian ini yaitu :

#### 1. Data Primer

Jenis penelitian ini data yang diteliti bersifat Primer, menurut Sugiyono (2008;193) Data Primer yaitu sumber data penelitian yang langsung memberikan data kepada pengumpul data dan tidak melalui media perantara. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil dari melakukan wawancara kepada pelaku UMKM Homstore.byara.

#### 2. Data sekunder

Data Sekunder diperoleh peneliti secara tidak langsung yang mampu memberi tambahan dan memberi penguat terhadap data penelitian. Sumber data sekunder pada penelitian ini seperti jurnal, karya ilmiah dan serta internet tentang pengaruh UMKM yang memanfaatkan teknologi dan inovasi dimasa pandemi covid-19.

Jenis penelitian ini menggunakan metode Deskriptif dengan pendekatan Kualitatif. Menurut Creswell dalam Raco (2010: 7) mengungkapkan bahwa metode penelitian Kualitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk mengungkapkan dan memahami gejala sentral. Gejala sentral yang didapatkan melalui proses wawancara dengan hasil informasi berupa kata atau teks. Selanjutnya, informasi tersebut dikumpulkan dan dianalisis, kemudian hasil akhir dari penelitian ini adalah laporan dalam bentuk tertulis.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

#### 1. Wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara Tanya jawab secara langsung kepada responden atau Pelaku UMKM dimana peneliti telah menyusun panduan pedoman wawancara untuk memperoleh data yang diteliti. Dalam penelitian ini data yang diperoleh adalah sejarah singkat dan gambaran umum mengenai UMKM Homstore.byara, pemanfaatan

teknologi, penerapan inovasi dan kepuasan konsumen di Homstore.byara.

Data-data tersebut digunakan untuk mengetahui mengenai Pemanfaatan teknologi dan inovasi untuk kepuasan konsumen dimasa pandemi covid-19 pada UMKM Homstore.byara.

## 2. Observasi

Menurut Sugiyono (2008:203) yaitu suatu cara pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung obyek-obyek yang ada tidak terbatas hanya pada perilaku manusia saja. Dalam penelitian ini dilakukan pengamatan terhadap pemanfaatan Teknologi, Inovasi dalam UMKM terhadap kepuasan Konsumen dimasa pandemi Covid-19 yang telah diterapkan dengan tujuan agar bisa melihat secara langsung kondisi UMKM Homstore.byara yang sebenarnya, seperti melihat bagaimana penerapan pemanfaatan teknologi dan inovasi untuk kepuasan konsumen di masa covid-19 ini berjalan dengan baik atau tidak dan bagaimana cara yang dilakukan oleh UMKM tersebut dalam penerapannya.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah catatan peristiwa yang sudah berlalu baik itu dalam bentuk lisan ataupun dalam bentuk gambar. Dokumentasi juga dapat dikatakan sebagai pelengkap dari penggunaan suatu metode observasi

dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

## Definisi Dan Operasionalisasi Variabel 1. Pemanfaatan Teknologi

Teknologi informasi adalah suatu teknologi yang mempunyai fungsi untuk mengolah data, memproses data memperoleh, menyusun, menyimpan dan mengubah data dengan berbagai cara untuk mendapatkan informasi yang bermanfaat dan berkualitas.

Pengertian Teknologi menurut Haag dan Keen (1996) Teknologi Informasi adalah seperangkat alat yang membantu anda bekerja dengan informasi dan melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi. Dan selain itu ada juga menurut Martin (1999) pengertian Teknologi Informasi adalah teknologi yang tidak hanya pada teknologi computer (perangkat keras dan perangkat lunak) yang akan digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan mencakup teknologi komunikasi untuk mengirim atau menyebarkan informasi. Tujuan dari Teknologi Informasi adalah menyelesaikan masalah, menumbuhkan kreativitas, meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam melaksanakan suatu pekerjaan. Maka dari itu dengan adanya Teknologi Informasi bisa mempermudah manusia untuk bekerja secara efisien.

Definisi Pemanfaatan Teknologi informasi merupakan manfaat yang

diharapkan oleh pengguna system informasi dalam melaksanakan tugasnya atau perilaku dalam menggunakan teknologi pada saat melakukan pekerjaan. Teknologi informasi dapat bisa memberikan suatu kesempatan dan mendukung sebuah UMKM untuk mampu lebih berkompetensi dalam era globalisasi. Teknologi muncul dengan adanya akibat semakin banyaknya globalisasi dalam kehidupan organisasi, semakin kerasnya persaingan bisnis dan sebagainya. Oleh sebab itu sebuah UMKM mencari jalan lain yaitu dengan cara memanfaatkan teknologi ini untuk bisa meningkatkan penjualan produknya dan lain-lain. Melalui pemanfaatan Teknologi ini sebuah UMKM dapat melakukan promosi dengan akurat lebih cepat dan UMKM juga bisa menggunakan media social untuk melakukan penjualan produknya sehingga konsumen merasa puas. Biaya yang dikeluarkan juga relative murah dan ada keuntungan lain yang didapatkan yaitu jarak, jarak tidak lagi menjadi penghalang dalam menyalurkan informasi yang akan dibagikan kepada orang lain secara cepat dengan bantuan teknologi informasi.

## 2. Inovasi

Definisi Inovasi menurut Luecke (2003:2) Inovasi adalah suatu proses untuk mewujudkan, mengkombinasikan, atau

mematangkan suatu ide gagasan ilmu pengetahuan yang kemudian disesuaikan guna mendapat nilai suatu produk, proses atau jasa.

Menurut Zimmerer dalam Suryana (2014:11) Inovasi diartikan sebagai kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan atau memperkaya kehidupan (*innovation is the ability to apply creativity solutions to those problems and opportunities to enhance or to enrich peoples live*).

Harvard's Theodore Levitt dalam Suryana (2014:43) mengemukakan definisi dari Inovasi yaitu kemampuan dalam mengaplikasikan solusi yang kreatif terhadap permasalahan dan peluang yang ada untuk lebih memakmurkan kehidupan masyarakat, maka dari itu Inovasi adalah melakukan sesuatu yang baru.

## 3. Kepuasan Konsumen

Definisi Kepuasan Konsumen menurut Kotler dan Koller dalam Donni juni priansah (2017:p.196) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja tersebut dibawah harapan konsumen maka konsumen menjadi tidak puas dan sebaliknya jika kinerja sesuai dengan harapan konsumen

maka konsumen akan merasa puas atau senang.

Menurut Fandy Tjiptono (2014 p.353) kata “kepuasaan atau *satisfaction*: berasal dari bahasa latin “satis” (artinya cukup banyak, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat) secara sederhana kepuasaan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai.

## Definisi Dan Operasionalisasi Parameter

### 1. Definisi Parameter

Parameter merupakan ukuran seluruh populasi penelitian yang harus diperkirakan. Parameter juga merupakan indikator dari suatu distribusi hasil pengukuran. Keterangan informasi yang dapat menjelaskan batas-batas atau bagian-bagian tertentu dari suatu sistem. Suatu parameter adalah kuantitas terukur. Parameter didefinisikan, terukur dan konstan atau variabel karakteristik, dimensi, properti, atau nilai dari sekumpulan data (populasi) karena dianggap penting untuk memahami situasi (dalam memecahkan masalah). Sebagai perbandingan parameter menetapkan batas eksternal situasi tetapi tidak membantu dalam menilai, dan statistik adalah ukuran sampel dan bukan dari populasi.

### 2. Operasional Parameter

Operasional mencakup hal-hal penting dalam penelitian yang memerlukan penjelasan. Operasional bersifat spesifik, rinci, tegas dan pasti yang menggambarkan karakteristik variabel-variabel penelitian dan hal-hal yang dianggap penting. Keterangan atau informasi yang dapat menjelaskan batas-batas atau bagian-bagian tertentu dari suatu sistem.

**Tabel 3.1**  
**Operasional Parameter**

Rumusan masalah	Parameter	Teknik pengumpulan	Sumber data
1. Bagaimana tanggapan mengenai kepuasaan konsumen setelah belanja melalui E-commerce (pemanfaatan teknologi) di UMKM tersebut dimasa pandemic Covid-19 ?	1. Informasi UMKM 2. Nama Owner 3. Uraian tugas	1. Observasi 2. Wawancara	Owner dan kepegawaian
2. Bagaimana	1. Tingkat	1. Observasi	Owner took

tanggapan konsumen mengenai inovasi yang dilakukan oleh UMKM tersebut untuk kepuasan konsumen ?	kepuasan konsumen 2.Tingkat inovasi	2.Dokumentasi 3.Wawancara	dan kepegawaian
3.Bagaimana tanggapan konsumen mengenai inovasi yang dilakukan oleh UMKM tersebut untuk kepuasan konsumen ?	1.Tingkat respon konsumen 2.Perubahan UMKM	1.Wawancara 2.Dokumentasi	Owner dan kepegawaian

### Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif ini diawali sebelum peneliti memasuki tempat penelitian,selama ditempat penelitian,dan setelah ditempat penelitian.

1. Analisis Data sebelum dilapangan  
Peneliti kualitatif telah melakukan analisis data sebelum peneliti memasuki tempat penelitian dan peneliti juga telah menyiapkan pedoman wawancara untuk yang akan diteliti,tetapi peneliti masih memfokuskannya hanya sementara dan penelitian ini akan berkembang pada saat telah masuk ke lapangan atau tempat penelitian.

### 2. Analisis Data di lapangan

Peneliti kualitatif pada saat dilapangan melakukan pengumpulan data berlangsung dan ketika pengumpulan data selesai.Pada saat wawancara,peneliti telah melakukan analisis terhadap jawaban dari pelaku UMKM.ketika jawaban wawancara telah dianalisis merasa belum cukup,maka peneliti akan melanjutkan sebuah pertanyaan selanjutnya sampai kepada tahap tertentu yang dirasa data yang dibutuhkan sudah cukup.

Setelah ini peneliti karena data yang diperoleh dilapangan jumlahnya banyak, maka dari itu peneliti menyiapkan sebuah rekaman pada Handpone supaya ketika ada jawaban yang terlewat peneliti dapat memutar kembali audio tersebut agar jawaban dari pelaku UMKM lebih teliti dan terperinci.

Langkah selanjutnya peneliti menyajikan data dalam bentuk yang lebih singkat supaya lebih memudahkan

peneliti dalam penyajiannya, ketika data telah disingkat maka tahap selanjutnya yaitu peneliti melakukan penarikan kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Pemanfaatan Teknologi yang diterapkan di masa pandemi Covid-19

Virus corona atau Covid-19 saat ini telah banyak berdampak pada ranah kehidupan manusia. Baik itu dalam sektor ekonomi yang telah menyebabkam para pelaku UMKM mengalami berbagai kesulitan dalam menjalankan usahanya. Covid-19 ini telah menghambat bisnis yang dilakukan para pelaku UMKM karena dilakukan dengan bertatap muka langsung menjadi sulit dilakukan.

Sejumlah pelaku Bisnis pasti mengalami kesulitan dalam pencapaian penjualan produknya pada saat pandemi ini. Selain mengalami kesulitan dalam pencapaian target penjualan produk pelaku UMKM pun mengalami penurunan sebuah omset (laba) yang biasanya meningkat tetapi sekarang terjadi penurunan. Hal ini menyebabkan keseimbangan keuangan pada UMKM terganggu. Akibat dari kesulitan-kesulitan tersebut bisa menjadi peluang buruk bagi pelaku UMKM dengan menurunnya pendapatan yang mereka terima. Sebagian pelaku UMKM tidak

bisa mempertahankan usaha tersebut dikarenakan dana dan pendapatannya menurun.

Dalam mengatasi kesulitan yang dihadapi pelaku UMKM di masa pandemi saat ini ada banyak berbagai cara untuk mengatasinya salah satunya dengan memanfaatkan Teknologi informasi. UMKM yang diteliti yaitu Homstore.byara itu memanfaatkan teknologi (E-Commerce) yang ada dengan cara menggunakan sosial media (Whatsap, Instagram, Facebook dan Shopee) untuk melakukan promosi dan menjual produk secara online. Pemanfaatan Teknologi yang dilakukan oleh Homstore.byara yaitu :

1. Mempromosikan produk secara online
2. Menjual produk secara online, dengan cara pesanan konsumen diantar sampai tempat tujuan
3. Menggunakan social media sebagai media informasi seperti Whatsap, Instagram, Facebook dan Shopee

Dalam melakukan pemanfaatan Teknologi juga tidak memungkinkan akan berdampak baik saja tetapi bisa saja terjadi kesulitan saat melakukannya. Adapun kesulitan yang dialami oleh Homstore.byara saat melakukan pemanfaatan Teknologi ini yaitu pada saat melakukan pembayaran dan komunikasi. Karena owner untuk merespon konsumen butuh waktu yang lama karena banyaknya chat yang

masuk dari konsumen lainnya. Tetapi hal ini tidak berpengaruh besar terhadap penjualan Homstore.byara ini. Karena owner dari UMKM ini yakin bahwa semua yang dijalankan oleh bisnisnya ini tidak akan berjalan lancar semuanya akan ada satu atau dua hal yang menjadi kendala.

## 2. Inovasi yang dilakukan oleh UMKM dimasa pandemi covid-19

Inovasi merupakan sebuah proses atau hasil pengembangan pemanfaatan/mobilisasi suatu pengetahuan, keterampilan dan pengalaman untuk dapat menciptakan atau memperbaiki produk, proses dan system yang baru, memberikan nilai yang signifikan. Tujuan dari Inovasi yaitu untuk bisa beradaptasi dengan perubahan jaman ketika ditengah pesatnya perkembangan teknologi saat ini.

UMKM Homstore.byara telah melakukan suatu inovasi, inovasi yang diberikan Homstore.byara yaitu :

### a. Inovasi Produk (*Product*)

Inovasi produk yang diterapkan oleh UMKM Homstore.byara bisa memberikan kepuasan kepada pelanggan. Produk dari UMKM ini adalah berupa fashion diantaranya Baju, Celana, Rok, Tas dan Sandal. Homstore.byara adalah solusi bagi konsumen yang menginginkan

pakaian yang bagus dan berkualitas dimasa pandemi covid-19.

Dimasa pandemi covid-19 Homstore.byara juga mengeluarkan inovasi produk pakaian dimana pada saat belum melakukan inovasi UMKM ini hanya mengandalkan produk yang ada disekitarnya saja tanpa melihat perkembangan diluar sana, Homstore.byara yang dulu hanya belanja sesuai apa yang owner suka tetapi sekarang setelah masa pandemi UMKM ini memperhatikan adanya kepuasan konsumen, dimana kepuasan konsumen ini menjadi hal yang utama bagi suatu pembisnis. Seiring dengan berjalannya waktu Homstore.byara mulai menggunakan produk luar negeri, dimana barang-barang yang dijual merupakan barang impor, sehingga konsumen semakin tertarik untuk berbelanja di Homstore.byara.

Homstore.byara yang hanya menjual pakaian saja, setelah pandemi owner juga mulai memasukai seperti tas dan sandal untuk semakin menarik konsumen, karena tidak menutup kemungkinan bahwa masa pandemi ini para pelaku bisnis khususnya UMKM saat ini berfikir keras untuk bagaimana supaya bisnis mereka tetap berjalan ditengah pandemi, dan tidak menutup kemungkinan bahwa banyak sekali para pelaku UMKM yang berhenti tidak berjualan lagi. Mereka kehilangan pelanggan yang salah satunya

disebabkan oleh produk-produk yang mereka keluarkan selalu itu saja tanpa melakukan adanya suatu inovasi. Berbeda dengan UMKM Homstore.by ara owner selalu mementingkan kepuasan konsumen jadi produk-produk yang dikueluarkan selalu produk terbaru,sehingga konsumen tertarik dan UMKM ini mampu bertahan dimasa pandemi karena melakukan suatu inovasi.

### **b. Inovasi Tempat (*Place*)**

Selain inovasi produk Homstore.byara juga melakukan suatu inovasi pada tempat. Dimana tempat ini juga menjadi salah satu hal yang utama dalam kepuasan konsumen,ketika kita memberikan tempat yang baik maka konsumen akan lebih tertarik untuk berbelanja apa lagi Homstore.byara ini bergerak di UMKM bidang fashion otomatis tempat juga menjadi hal yang dipikirkan oleh owner langsung.

Diawali dengan tempat yang seadanya pada awal dibukanya usaha ini,seiring dengan berjalannya waktu owner melakukan suatu inovasi terhadap tempat owner berbisnis,tidak hanya dari segi pembangunan dari segi cat tembok juga owner perhatikan,bagaimana supaya tempat ini menjadi salah satu daya Tarik bagi konsumen.

Penjualan UMKM ini dapat dikatakan target pasarnya yaitu perempuan usia 14-30 tahun oleh karena itu owner

melakukan suatu inovasi dari cat tembok pemilihan warna yang dominan digunakan oleh perempuan yaitu perpaduan antara warna putih dan pink,sehingga menimbulkan daya Tarik yang sangat indah,selain dari segi cat tembok inovasi juga diberlakukan pada tempat tempat pakaian untuk owner menjual barang barangnya,mulai dari hal-hal kecil seperti gantungan pakaian dan ruang ganti. Kenapa diadakannya ruang ganti pakaian, karena tidak menutup kemungkinan ketika kita berbelanja di toko pakaian pasti menanyakan ruang ganti,oleh karena itu owner menyediakan ruang ganti untuk konsumennya.

### **3. Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen atau kepuasan pelanggan pada UMKM Homstore.byara ini menjadi hal yang utama,ketika perasaan senang atau kecewa seorang pelanggan muncul setelah membandingkan dari segi baik itu, kain,tempat atau harga sekalipun suatu produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diterapkan oleh Homstore.byara, maka akan menjadi hal yang sangat penting bagi owner.

Kepuasan konsumen di UMKM Homstore.byara dapat dilihat dari beberapa pelanggan yang datang secara offline ke toko, tidak sedikit mereka yang mengatakan bahwa mereka nyaman berbelanja disini,selain

dari kualitas bahan tempat juga owner perhatikan, sehingga para pelanggan rela jauh dari tempat mereka untuk datang langsung ke toko secara offline, dengan alasan mereka ingin tahu kalau produk yang dijual secara online di E-commerce produk aslinya sama, karena tidak menutup kemungkinan saat ini banyak sekali para online shop yang memakai produk orang lain untuk mereka posting. Setelah para pelanggan ini datang ke toko pelanggan dapat langsung menyimpulkan bahwa produk-produk yang dijual di E-commerce ini owner menggunakan produk asli mereka sesuai dengan apa yang ada ditoko, dan apa yang mereka posting.

Selain dari produk dan tempat yang diperhatikan kepuasan konsumen Homstore.byara ini memperhatikan juga dari respon secara online maupun offline, ketika ada pembeli yang membeli produk Homstore.byara secara online melalui E-commerce owner akan merespon chatnya secara cepat, walaupun tidak dijam kerja dan dihari libur owner tetap akan melayani para pelanggan dengan baik, serta tidak membedakan bedakan pelanggan, sebaliknya juga ketika ada pembeli yang berbelanja langsung ke toko owner juga akan melayaninya dengan baik mulai dari sikap dan perbuatan, sikap dilihat dari cara owner memperlakukan pembeli dengan ramah. Perbuatan dilihat dari cara owner juga

dalam mengambil produk ketika pembeli memerintahnya untuk mengambil produk yang akan dibeli.

Kepuasan konsumen menjadi hal yang sangat penting untuk owner ketika pelanggan merasa senang dan puas berbelanja di UMKM nya maka akan menaikkan rasa semangat yang tinggi untuk owner semakin memperbanyak produk-produk yang dijualnya, dengan keramahan yang owner berikan maka pelanggan akan sangat merasa nyaman dan tidak menutup kemungkinan kalau mereka akan berkunjung dan berbelanja kembali ke UMKM Homstore.byara ini.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis Pemanfaatan Teknologi dan Inovasi pada UMKM dalam kepuasan konsumen dimasa pandemi covid-19 dapat disimpulkan sebagai berikut :

Pemanfaatan teknologi dalam UMKM untuk kepuasan konsumen dimasa pandemi covid-19 pada studi kasus Homstore.byara sangat berpengaruh dan baik pada tingkat penjualan dan bertahan dimasa pandemi seperti ini, hal ini dapat dilihat dari kegiatan wawancara antara peneliti dan narasumber (pemilik UMKM) serta dari hasil analisis data.

Penerapan suatu Inovasi dalam UMKM untuk kepuasan konsumen dimasa Pandemi Covid-19 pada studi kasus Homstore.byara juga sangat

berpengaruh dan baik pada tingkat penjualan dan dapat bisa bertahan dimasa pandemi saat ini. Hal ini juga dapat dilihat dari kegiatan wawancara antara peneliti dan narasumber (pemilik UMKM) serta dari hasil analisis data.

Kepuasan konsumen menjadi factor utama berjalannya suatu UMKM dalam menjalankan bisnisnya. Dari hasil pemanfaatan teknologi dan inovasi yang dilakukan Homstore.byara dimasa pandemi Covid-19 ini sangat berpengaruh bagi kepuasan konsumen sehingga penjualan tetap meningkat dalam masa pandemi saat ini.

Berdasarkan Penelitian yang telah dilakukan saran untuk UMKM Homstore.byara sebagai berikut:

Diharapkan Homstore.byara dapat lebih memaksimalkan lagi untuk memanfaatkan suatu teknologi yang digunakan saat ini. Dengan cara meningkatkan suatu promosi ke berbagai media social secara rutin, lalu melakukan endorse kepada orang seperti selebgram agar produknya cepat dikenal dan laku terjual habis ditengah masa pandemic saat ini.

Diharapkan Homstore.byara dapat lebih sering melakukan suatu inovasi maksimal sebulan sekali untuk menghindari penurunan penjualan. Dengan cara melakukan suatu inovasi dalam segi produk dan tempat. Dalam segi produk mungkin yang harus dilakukan oleh Homstore.byara untuk

melakukan inovasi yaitu dengan menambahkan suatu produk tidak hanya baju import saja tetapi menambah produk seperti sepatu,tas,dan aksesoris wanita lainnya. Dalam segi tempat yaitu melakukan inovasi merubah tata letak barang maksimal satu bulan sekali dan melakukan perubahan warna tempat satu bulan sekali.

Diharapkan Homstore.byara untuk lebih mengutamakan kepuasan konsumen lagi untuk kedepannya. Dengan cara mempunyai lebih dari satu orang dalam bagian melayani konsumen secara online agar konsumen tidak menunggu lama saat ingin memesan produk secara online.

Diharapkan Homstore.byara menggunakan pemanfaatan teknologi dan inovasi untuk kepuasan konsumen ini dengan lebih baik lagi agar bisa terus bertahan dalam masa pandemi Covid-19 ini.

## **IMPLIKASI DAN KETERBATASAN**

Berdasarkan hasil penelitian dapat dikemukakan implikasi secara Teoritis sebagai berikut:

1. Pemanfaatan Teknologi pada UMKM Homstore.Byara dapat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan dan Kepuasan Konsumen di masa Pandemi Covid-19 ini. Dengan menggunakan Pemanfaatan Teknologi ini lebih cukup mudah dalam menjalankan usaha dan konsumen pun merasa puas karena

cukup mudah untuk berbelanja melalui E-Commerce.

2. Penerapan inovasi pada UMKM Homstore.Byara juga dapat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan dan Kepuasan Konsumen di masa pandemi Covid-19 ini. Setelah menerapkan Inovasi yang dilakukan oleh UMKM Homstore.Byara tersebut banyaknya konsumen yang tertarik untuk belanja di Homstore.Byara.
3. Kepuasan Konsumen menjadi prioritas utama pada UMKM Homstore.Byara. Banyak cara dilakukan seperti melakukan Pemanfaatan Teknologi dan Inovasi untuk meningkatkan Penjualan di masa Pandemi Covid-19 ini.

Keterbatasan dalam waktu melakukan penelitian dan pembuatan laporan yang dilaksanakan. Keterbatasan waktu dalam melakukan proses wawancara dengan Narasumber karena pandemic Covid-19. Terbatasnya informasi variabel yang diteliti dalam Website

## REFERENCES

### Skripsi dan Jurnal

- Dede, Ihya Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Inovasi Produk Terhadap Daya Saing Pada Sentra Topi Margaasih Bandung. Universitas Komputer Indonesia.
- Mia, Mulyani Petri, 2021 Strategi

Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada UMKM Buket Bunga Gallery Daisuki Jambi). Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri.

Muhammad, Falaq Infithor, 2019 Analisis Adaptasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Malang. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya.

### Web

<https://money.kompas.com/read/2021/03/26/153202726/apa-itu-umkm-pengertian-kriteria-dan-contohnya?page=all> (Diakses pada 24 juli 2021)

<https://www.lalamove.com/id/blog/manfaat-teknologi-bagi-perkembangan-bisnis> (Diakses pada 24 juli 2021)

<https://accurate.id/marketing-manajemen/inovasi-produk/> (Diakses pada 4 Agustus 2021)

<http://repo.darmajaya.ac.id/536/3/BAB%20II.pdf> (Diakses pada 4 Agustus 2021)

<https://www.e-jurnal.com/2014/11/tipe-tipe-kepuasan-konsumen.html> (Diakses pada 5 Agustus 2021)

<https://zahiraccounting.com/id/blog/strategi-kepuasan-pelanggan/> (Diakses pada 5 Agustus 2021)

<https://money.kompas.com/read/2020/05/14/160300826/3-faktor-pentingnya-inovasi-untuk-keberlangsungan-bisnis> (Diakses pada 5 Agustus 2021)

<https://tambahpinter.com/metode-penelitian-kualitatif/> (Diakses pada 7 Agustus 2021)

[http://etheses.uin-malang.ac.id/1960/7/10520021\\_Bab\\_3.pdf](http://etheses.uin-malang.ac.id/1960/7/10520021_Bab_3.pdf)  
(Diakses pada 7 Agustus 2021)

<http://etheses.iainkediri.ac.id/905/3/931313514-bab2.pdf> (Diakses pada 7 Agustus 2021)

<http://repository.unika.ac.id/20163/3/15.D1.0223%20ANGELA%20SAFIRA%20%287.66%29..pdf%20BAB%20II.pdf> (Diakses pada 8 Agustus 2021)