

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Obyek Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Kecamatan Tulungagung adalah sebuah kecamatan yang sekaligus merupakan pusat pemerintahan Kabupaten Tulungagung, berbatasan dengan Kecamatan Kauman dan Kedungwaru. Kecamatan Tulungagung merupakan kecamatan yang terletak di tengah-tengah Kabupaten Tulungagung. Dalam penelitian ini dilakukan di Kecamatan Tulungagung di kelurahan Sembung.

Penelitian ini dilaksanakan di UD Intan Jaya Tulungagung di kelurahan Sembung kabupaten Tulungagung. UD Intan Jaya adalah usaha yang memproduksi sekaligus mejual krupuk rambak, dan tepat usaha tersebut berada di Jalan Moh.Hatta, RT 04/ RW 03 sembung Tulungagung. Di daerah tersebut banyak pengusaha krupuk rambak, tetapi setiap pengusaha ada cirri khasnya masing-masing, seperti halnya di UD Intan Jaya.

2. Sejarah

UD. Intan Jaya adalah salah satu UMKM yang bergerak dibidang industri pangan yaitu kerupuk rambak yang berkembang di wilayah Desa Sembung Tulungagung. Pendiri awal usaha kerupuk rambak ini adalah orang tua bapak H Waluyo. Pengolahan pada saat itu bervariasi, dan hanya dijual ditempat saja, Belum sampai keluar kota. Pada tahun 1997 (awal reformasi)

oleh bapak H Waluyo meneruskan usaha orang tuanya, beliau mengembangkan usaha kerupuk rambak ini dengan sangat pesat.

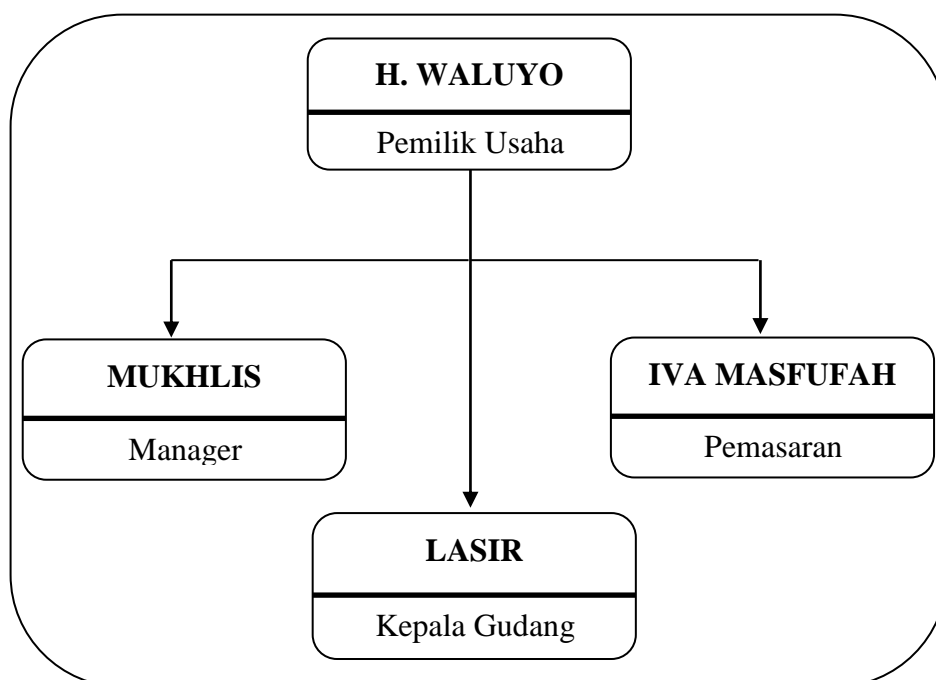
Beliau memberikan variasi pada produknya. Ada dua jenis kerupuk rambak, yaitu dari kulit sapi dan kerbau. Jenis sapi warnanya keputihan sedangkan kerbau bening, dalam segi rasa lebih enak kerbau, karena memiliki rasa lebih gurih, juga pori-porinya kecil sehingga rambak tidak terlalu kopong. Inilah yang menjadikan banyak diburu sebagai cemilan atau lauk sehingga harganya cenderung tinggi, apalagi kulit kerbau sulit dicari dari pada sapi.

Khususnya untuk kulit kerbau itu didatangkan dari Sulawesi, NTT. Saat itu modal bapak H Waluyo dari uang PHK Rp. 2.500.000,00, harga 1 kg kulit pada waktu itu Rp. 3.500,00 Perusahaan ini adalah perusahaan terbesar di wilayah tersebut. Perusahaan ini berjalan kurang lebih 25 tahun. *Home industry* ini memberikan dampak yang signifikan terhadap ekonomi dari pada pemilik usaha tersebut dan masyarakat sekitar karena kebutuhan pekerja yang terus meningkat setiap tahunnya. Omset penjualan perusahaan ini bisa mencapai puluhan juta setiap bulannya. Bahkan kini pemilik *home industry* ini memperluas bisnisnya ke pusat beanja oleh-oleh yang sekarang sudah ada tiga titik diseluruh wilayah Kabupaten Tulungagung.

3. Struktur organisasi

UD Intan Jaya sebagai perusahaan yang terus berkembang tentunya juga memiliki struktur organisasi dalam menjalankan kegiatan usahanya, berikut struktur organisasi UD Intan Jaya:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi UD Intan Jaya



Sumber: Observasi lapangan dengan Bapak H. Waluyo tahun 2021

Pemilik UD Intan Jaya adalah Bapak H Waluyo, yang mengelola sejak berdirinya usaha tersebut hingga saat ini. Beliau memiliki wewenang tertinggi di UD Intan Jaya.

Manager untuk saat ini dipegang oleh Bapak Mukhlis, manager ini mengatur seluruh data keuangan perusahaan dan memiliki posisi tertinggi kedua setelah Bapak H Waluyo.

Bagian gudang di pegang oleh Bu Lasir yang mana beliau memegang tanggung jawab keluar masuknya suatu barang.

Bagian pemasaran di pegang oleh istri Bapak H Waluyo sendiri yaitu Ibu Iva Masfufah, yang mengatur segala promosi di sosial media.

4. Jenis Produk dan Harga

UD Intan Jaya terus berusaha menjaga kualitas produk yang dihasilkan. Berbagai inovasi juga terus dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Salah satunya menyediakan berbagai macam variasi olahan krupuk rambak serta harga jual yang kompetitif, berikut tabel jenis kerupuk rambak serta harga jualnya :

Tabel 4.1
Jenis Kerupuk Rambak serta Harga Jual

No	Jenis Kerupuk Rambak	Harga (Per Kg)
1	Kerbau Super Kering	Rp. 184.000
2	Kerbau Super	Rp. 152.000
3	Kerbau Super Mentah	Rp. 160.000
4	Sapi	Rp. 112.000
5	Sapi Mentah	Rp. 120.000

Sumber: Observasi lapangan dengan Bapak H. Waluyo tahun 2021

5. Pemasaran

Diawal berdirinya UD Intan Jaya, proses pemasaran produk hanya dilakukan secara tradisional yakni dari orang ke orang. Seiring dengan kemajuan zaman serta teknologi yang berkembang begitu cepat, UD Intan Jaya juga melakukan terobosan dalam hal pemasaran. Seperti halnya turut aktif dalam setiap gelaran pameran produk UMKM serta pemasaran yang memanfaatkan teknologi jejaring sosial.

Tentunya terobosan semacam ini sangat dirasakan manfaatnya, baik dari segi efektifitas waktu, jarak serta biaya. Terbukti dengan semakin meningkatnya pesanan oleh para konsumen. Hal ini tentunya akan terus dikembangkan oleh UD Intan Jaya untuk dapat bersaing serta meningkatkan eksistensi produknya. Selain memanfaatkan teknologi, UD Intan Jaya juga memiliki 2 outlet untuk memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen.

Dan sekarang ini merebaknya pandemi strategi pemasaran lebih menggunakan jejaring sosial seperti WA, Grab, Tokopedia serta *Marketplace* lainnya. Dalam hal ini beliau ibu iva masfufah sebagai bidang pemasaran belum memperbanyak media pemasarannya di karenakan belum terbentuknya struktur keorganisasian dibagian khusus admin pemasaran bagi karyawan, karena ibu iva masfufah sendiri masih berkeinginan memegang posisi tersebut tanpa campur tangan dari karyawan.

B. Temuan Penelitian

Temuan penelitian ini akan memberikan gambaran data yang diperoleh peneliti pada saat di lapangan. Temuan hasil penelitian ini disajikan oleh peneliti sesuai dengan fokus penelitian.

1. Perkembangan UD Intan Jaya Tulungagung Sebelum adanya Pandemi Covid-19.

UD Intan Jaya merupakan sebuah UMKM yang bergerak di bidang industri pangan. Usaha yang sudah mulai berdiri puluhan tahun ini, sudah sangat dikenal oleh masyarakat luas. Berkat ketekunan dan kegigihan Bapak H. Waluyo, usaha ini mampu menjaga eksistensi ditengah gempuran persaingan dunia usaha yang begitu ketat.

Berbagai macam inovasi serta konsistensi dalam mewujudkan sebuah produk yang unggul inilah yang membuat krupuk rambak olahan UD Intan Jaya semakin dikagumi dan dicari para konsumen. Hal ini dapat dilihat dari data yang didapat dilapangan, bahwa dari segi produksi saja, UD Intan Jaya mampu memproduksi rata-rata 100 Kg krupuk rambak tiap bulannya sebagaimana yang tertera pada tabel berikut :

Tabel 4.2
Rata-rata Produksi Berbagai Jenis Kerupuk Rambak

No	Jenis Kerupuk Rambak	Jumlah Produksi (Per Bulan)
1	Kerbau Super Kering	30 Kg
2	Kerbau Super	30 Kg
3	Kerbau Super Mentah	10 Kg
4	Sapi	20 Kg
5	Sapi Mentah	10 Kg

Sumber: Observasi lapangan dengan Bapak H. Waluyo tahun 2021

Menurut keterangan narasumber, jumlah produksi krupuk rambak ini akan meningkat terus seiring bertambahnya pesanan dari konsumen baik dari dalam maupun luar daerah.

Disisi lain, UD Intan Jaya mampu menyerap tenaga kerja yang cukup besar untuk menjaga kestabilan produksi krupuk rambak, sebagaimana data yang kami dapat sedikitnya terdapat 30 karyawan yg bekerja di UD Intan Jaya, 10 karyawan bekerja di bagian produksi, sementara 20 lainnya bekerja di 2 outlet milik UD Intan Jaya yang berada di Kecamatan Tulungagung serta Kecamatan Kauman.

Outlet-outlet ini tidak hanya memasarkan produk krupuk rambak saja, akan tetapi juga memasarkan berbagai produk olahan pangan khas Tulungagung lainnya seperti, dodol dan makanan ringan lainnya. Ini dapat diartikan bahwa kehadiran UD Intan Jaya sangat membantu perekonomian masyarakat disekitarnya, dikarenakan para karyawan yang

bekerja merupakan putra putri asli daerah Tulungagung. Dari yang awalnya usaha keluarga, berkat usaha yang gigih serta konsisten mampu memberikan manfaat serta mensejahterakan banyak orang.

Dalam hal ini Bapak H. Waluyo Juga menyatakan sesuatu hal dalam proses perkembangan usaha sebelum adanya pandemi.

Perkembangan usaha yang saya jalankan sebelum adanya pandemi anu mbak ya lancar-lancar saja pendapatan terus meningkat, toko setiap hari rame. Terutama toko yang ada di bolorejo itu pusat terame untuk saat sebelum pandemi (H.Waluyo,wawancara,06 Januari 2021)

Tambahan dari Bapak H. Waluyo :

Iya mbak alhamdulillah selalu meningkat setiap bulannya, soalnya sebelum ada pandemikan banyak orang luar kota yang masih bebas liburan kesana kemari, dan tujuan utama membeli oleh-oleh terpusat di toko saya (H.Waluyo,wawancara,06 Januari 2021)

Dari segi penjualan UD Intan Jaya mampu mencatatkan pendapatan yang cukup besar yakni rata-rata Rp. 15.160.000 per bulannya, serta berdasarkan keterangan narasumber pendapatan ini terus meningkat apalagi saat hari raya ataupun musim liburan tiba.

2. Dampak yang dihadapi UD Intan Jaya Tulungagung terhadap Pandemi Covid-19.

Pertengahan bulan Maret 2020 Pemerintah Indonesia resmi mengkonfirmasi bahwa virus *Covid-19* telah merebak di wilayah Indonesia. Berbagai kebijakan telah diputuskan pemerintah untuk mengantisipasi semakin merebaknya virus *Covid-19* termasuk PSBB

(pembatasan sosial berskala besar) serta penerapan protokol kesehatan yang begitu ketat.

Tidak lama kemudian WHO (*World Health Organization*) menetapkan bahwa wabah virus *Covid-19* ini merupakan Pandemi. Hal ini tentu saja sangat berpengaruh pada para pelaku ekonomi termasuk UD Intan Jaya. Semua itu berdampak mulai dari segi penjualan atau pendapatan yang menurun drastis sehingga mengakibatkan pengurangan jumlah produksi. Sebagaimana data yang tersaji dalam tabel berikut :

Tabel 4.3
Perbandingan Jumlah Produksi Sebelum Pandemi
dan Saat Pandemi

No	Jenis Kerupuk Rambak	Jumlah Produksi (Sebelum Pandemi)	Jumlah Produksi (Saat Pandemi)
1	Kerbau Super Kering	30 Kg	20 Kg
2	Kerbau Super	30 Kg	20 Kg
3	Kerbau Super Mentah	10 Kg	5 Kg
4	Sapi	20 Kg	10 Kg
5	Sapi Mentah	10 Kg	5 Kg

Sumber: Observasi lapangan dengan Bapak H. Waluyo tahun 2021

Dari tabel tersebut terlihat jelas penurunan jumlah produksi krupuk rambak akibat dampak dari pandemi *Covid-19*. Sama halnya yang dirasakan oleh Bapak H Waluyo, merasakan dampak buruk. Berikut pernyataan yang beliau sampaikan:

Dampak yang saya rasakan ya pas awal-awal ada pandemi, toko sepi dan pengaruhnya itu lo mbak, di toko saya. Ya mau gimana lagi

namanya juga setiap usaha pasti ada resikonya, seperti saat ini dampak pandemi.(H.Waluyo,wawancara,06 Januari,2021)

Tambahan Dari bapak H waluyo, “Kalau masalah pendapatan awal-awal pandemi toko ya sepi mbak, ya secara tidak langsung pendapatan menurun. Ya nggak drastis Cuma nggak kayak biasanya” (H.Waluyo,wawancara,06 Januari 2021)

Selanjutnya dampak juga dirasakan oleh karyawan toko dan karyawan bagian produksi UD Intan Jaya. Dalam hal ini ada beberapa pernyataan dai karyawan.

Sebelum adanya pamdemi setiap satu bulan sekali ada bonus diluar gaji karyawan. Itu rutin dilakukan oleh Bapak H. Waluyo. Dalam hal ini dilakukan untuk memberi apresiasi pada setiap karyawan UD Intan Jaya, dan dengan adanya pamdemi bonus untuk sementara waktu di berhentikan. (Alma,wawancara,06 Januari 2021)

Dalam setiap perusahaan pasti ada *reward* tersendiri untuk para karyawan, sama halnya yang dilakukan Pemilik UD Intan Jaya dalam memberikan apresiasi kepada seluruh karyawannya. Tetapi sangat disayangkan karena adanya pamdemi *reward* yang biasanya di dapatkan ditiadakan sementara.

Dampak pandemi juga berpengaruh pada jam kerja, dari kami karyawan bagian produksi yang biasanya full senin-sabtu masuk kerja, sekarang dengan adanya pandemi jam kerja dikurangi. Masuk kerja satu minggu hanya 4 hari dan itupun gentian masuk kerjanya. (Sringah,wawancara,06 Januari 2021)

Ditengah pandemi seperti ini banyak para karyawan mengalami pemutusan hubungan kerja, tetapi beda dengan para karyawan UD Intan

Jaya yang tetap bisa bekerja untuk mencukupi kebutuhan hidup. Hanya saja dari perusahaan mengambil kebijakan untuk pengurangan hari kerja, yang awalnya dalam waktu seminggu masuk 6 hari kerja sekarang menjadi 4 hari kerja dan itupun menerapkan sistem *shift*.

Dampak adanya pandemi juga dirasakan oleh para pembeli UD Intan Jaya, berikut ini pernyataan dari beberapa pembeli UD Intan Jaya Tulungagung, “Semenjak adanya pandemi harga produk yang ada di UD Intan Jaya mengalami perbedaan mbak.”(Siti Fatimah,wawancara,06 Januari 2021)

Tambahan dari pembeli lainnya, “Iya mbak, harga yang awalnya sebelum covid krupuk rambak kerbau 1 kgnya yang super 180.000, dan sekraang naik 4.000 menjadi 184.000.”(Tarwiyah,wawancara,06 Januari 2021)

Tambahan dari pembeli lainnya,

Untuk kualitas dan kuantitas produk tetap sama mbak, tidak merubah sebelum adanya pandemi ataupun setelah adanya pandemi mbak, tidak mengubah sama sekali. Meskipun harga naik akan tetapi rasanya tetap sama enak. (H.Hartanto,wawancara,06 Januari 2021)

Pada penelitian ini saya juga menanyakan terkait pelayanan yang ada di toko apakah berubah atau tidak.

Dalam pelayanan tetap ramah mbak ga ada yang berubah, para karyawan tetap memberikan senyum dan memberikan arahan dan penjelasan jika saya pengen membeli produk yang saya inginkan tetapi tidak mengerti mana yang paling enak, soalnya saya suka bingung mbak jadi ya tetp minta bantuan, dan itu mbak sekarang ada mematuhi prokes. (Siti Fatimah,wawancara,06 Januari 2021)

Ternyata tidak hanya karyawan yang merasakan dampak adanya pandemi tetapi juga para pembeli, terlebihnya berdampak pada perubahan harga. Tetapi tidak membuat para pembeli untuk beralih membeli ke UD Intan Jaya Tulungagung, justru dari perubahan tersebut para pembeli juga menyadari adanya pandemi bahan baku mengalami kenaikan secara bersamaan.

3. Strategi yang diterapkan UD Intan Jaya Tulungagung saat Pandemi Covid-19.

Pandemi *Covid-19* yang tidak dapat diperkirakan kapan akan segera berakhir. Hal ini membuat para pelaku usaha berusaha ekstra keras untuk dapat beradaptasi dengan keadaan saat ini. Para pelaku usaha mencoba merumuskan strategi usaha ditengah keterbatasan akibat Pandemi *Covid-19*.

Termasuk UD Intan Jaya yang berjuang keras untuk bangkit kembali ditengah keterpurukan. Dalam hal ini banyak hal yang dilakukan bapak H waluyo dalam mempertahankan bisnisnya di masa pandemi *covid-19*. Hal ini dijelaskan oleh Bapak H Waluyo selaku pemilik usaha, berikut pernyataan yang dijelaskan beliau, “Sejak adanya pandemi covid, saya melakukan banyak hal terutama dalam melakukan staretgi pemasarannya. Dengan menggunakan jejaring media sosial antara lain Whatsapp, Grabfood dan Shopee, Tokopedia”. (H.Waluyo,wawancara,06 Januari 2021)

Salah satu yang diterapkan oleh UD Intan Jaya yaitu dengan menerapkan strategi pemasarannya. Dengan strategi pemasaran maka usahanya akan berkembang, ditengah pandemi seperti ini pemilik usaha menerima pesanan melalui WA, Grab dan Tokopedia maka akan semakin meluas produk yang di pasarkan oleh UD Intan Jaya.

Untuk strategi bisnis dalam pemasaran melalui jejaring sosial seperti WA, Grab dan Tokopedia diantara salah satu yang paling laku keras melalui WA, tetapi di toko secara offline itu lebih laku keras. Karena banyak konsumen yang lebih memilih berbelanja langsung di toko dan melihat secara langsung. (H.Waluyo,wawancara,06 Januari 2021)

Strategi dibuat dan disusun untuk mencapai suatu keberhasilan bisnis ditengah bisnis lain yang berkembang. Hal ini terlihat dari data yang kami dapat setelah UD Intan Jaya melakukan berbagai terobosan untuk meningkatkan penjualan produk krupuk rambak sebagaimana data dalam tabel berikut:

Tabel 4.4
Jumlah Produksi Setelah Diterapkannya Strategi

No	Jenis Kerupuk Rambak	Jumlah Produksi (Per Kg)
1	Kerbau Super Kering	25 Kg
2	Kerbau Super	25 Kg
3	Kerbau Super Mentah	8 Kg
4	Sapi	16 Kg
5	Sapi Mentah	7 Kg

Sumber: Observasi lapangan dengan Bapak H. Waluyo tahun 2021

Dari tabel tersebut terlihat peningkatan produksi krupuk rambak yang cukup signifikan setelah dilakukan berbagai terobosan. Dalam pengaplikasian strategi tersebut tentunya terdapat kendala-kendala. Kendala bisa terjadi dari luar maupun dari dalam perusahaan atau retail tersebut, baik dari sumber daya manusianya atau faktor lain yang mengakibatkan suatu strategi tersebut tidak berjalan dengan baik. Sebagai manajemen yang baik pastinya selalu menerapkan strategi cadangan untuk menganggulangi adanya kendala tersebut. Seperti yang dijelaskan oleh pak H. Waluyo mengenai kendala yang terjadi.

Setiap usaha yang dilakukan pasti ada kendala dalam menjalankannya. Setiap perusahaan mempunyai kendala dan cara penanganannya sendiri, berikut pernyataan yang disampaikan Bapak H.

Waluyo:

Kendala dalam mempertahankan bisnis yang usaha saya hadapi tetap pada penghasilan yang menurun, dimana pada saat awal-awal pandemi toko sangat sepi, bahkan jam kerja karyawan berkurang di karenakan diberlakukan jam malam. Bahan baku banyak yang naik bahkan bahan utamanya yaitu kulit sapi dan kerbau semakin mahal dan telat dalam pengiriman. (H.Waluyo,wawancara,06 Januari 2021)

Dalam pernyataan tersebut bisa disimpulkan bahwa setiap adanya usaha yang berjalan pasti akan ada kendala yang di hadapi, sama halnya kendala yang di hadapi pemilik UD Intan Jaya dimana terjadi penurunan pendapatan akibat adanya pandemi *covid-19* dalam hal ini beliau tetap teguh menjalankan usahanya di dalam kesulitan pasti akan ada solusi.

Adanya kendala penerapan strategi bisnis pasti ada solusi untuk menyelesaikan masalah. Sehingga dalam hal ini pengusaha harus bisa mempertahankan usahanya meskipun di tengah pandemi *covid-19*, berikut pernyataan dari Bapak H. Waluyo, “Solusi yang saya hadapi dengan menggunakan jejaring sosial diantaranya menerima pemesanan melalui WA, Grab dan Tokopedia, tetapi diantara ketiga itu yang paling berjalan melalui WA.” (H.Waluyo,wawancara,06 Januari 2021)

Dengan strategi memasarkan produk melalui jejaring sosial adalah solusi yang dilakukan Bapak H Waluyo. Dimasa sekarang ini para pengusaha harus lebih canggih dalam dunia IT, karena dalam usaha dibutuhkan pemikiran yang lebih luas dan lebih berkembang agar suatu usaha bisa berjalan dengan baik.

C. Analisis Data

Berikut ini akan kami paparkan analisis data yang kami peroleh dalam penelitian ini :

1. Perkembangan UD Intan Jaya Tulungagung sebelum adanya Pandemi Covid-19

Dalam mencapai titik atau puncak kesuksesan harus dibarengi dengan adanya usaha yang maksimal. Seperti halnya yang dilakukan Bapak H Waluyo dalam menjalankan usahanya dan sebelum adanya pandemi perkembangan usaha dilakukan sesuai dengan alur perjalanan

setiap harinya. Dari omset penjualan, peningkatan pendapatan dan bahan baku.

Dalam hal ini UD Intan Jaya mengembangkan usahanya sebelum adanya pandemi menggunakan strategi pemasaran berfokus pada *offline*, karena pemasaran *offline* di tokonya saja produknya laku keras tanpa adanya pemesanan via Whatsapp

2. Dampak yang dialami UD Intan Jaya Tulungagung dari adanya Pandemi Covid-19

Adanya pandemi *covid-19* memberikan dampak yang tidak baik bagi para pelaku usaha terutama UMKM. Hal yang sama dialami oleh Bapak H Waluyo dalam menjalankan usahanya beliau mengalami dampaknya terfokus pada strategi pemasarannya dan pendapatan, dimana pada pendapatan sejak adanya pandemi semakin menurun dikarenakan minat pembeli untuk datang ke toko berkurang karena takut adanya *covid-19*. Dan pada tingkat pemasaran dulunya hanya mengandalkan berjualan *offline* atau di toko saja, sekarang ini beliau menggunakan aplikasi penjualan untuk menjual produk melalui *online*.

Dari dampak tersebut beliau meningkat semuanya baik dari harga, kualitas, kuantitas dan pelayanan pada tokonya. Dampak tersebut tidak membuat beliau patah semangat dalam menjalankan usahanya, justru dari dampak tersebut membuat beliau semakin maju dalam mengerti penjualan produk secara *online* dan lebih meluas lagi.

3. Penerapan strategi dalam mempertahankan bisnis dari pandemi *covid-19*

Penerapan strategi di sebuah perusahaan termasuk UMKM yang bergerak di industri pangan sangat penting dilakukan oleh manajemen perusahaan tersebut. Di setiap perusahaan selalu mempunyai cara sendiri untuk melakukan strategi-strategi dalam mempertahankan bisnis untuk mencapai tujuan bisnisnya tersebut. Tidak hanya adanya strategi untuk menghadapi persaingan yang ketat yang terjadi di suatu daerah mengenai adanya perkembangan retail lain namun juga mengenai strategi dari sumber daya manusia yang ada di perusahaan tersebut.

Strategi yang dilakukan pemilik UD Intan Jaya Tulungung menggunakan strategi pemasaran, yaitu melalui jejaring media sosial seperti WA, Grab, dan Tokopedia. Dimasa sekarang ini memang perlu lebih paham tentang IT bagi para pelaku usaha agar bisnisnya berjalan dengan lancar meskipun ditengah pandemi *covid-19* seperti saat ini.

Memulai suatu usaha, bisnis, dan berwirausaha tidak terlepas dari rintangan, tantangan, hambatan dan kendala yang menghadang, karena dengan berbagai problematika tersebut pengusaha akan diuji ketangguhannya. Berwirausaha sebenarnya mudah jika mau bertindak, karena setiap hambatan dan kendala selalu ada jalan keluarnya, sehingga dari situlah akan memperoleh pengalaman dan mampu berhati-hati dalam menjalankan strategi bisnis yang baik.

Kendala yang dihadapi oleh UD Intan Jaya Tulungagung tidak banyak karena kendala yang dihadapi berasal dari tingkat pendapatan yang menurun akibat pandemi *covid-19*. Sejak adanya pandemi toko semakin sepi karena banyak orang yang masih takut keluar rumah dan datang ketoko.

Dalam suatu permasalahan selalu ada solusi untuk keluar dari permasalahan tersebut dan kemudian dapat dijadikan analisis atau perbaikan agar tidak terjadi hal diluar tujuan perusahaan. Solusi permasalahan dalam pemasaran produk secara luas akan mendorong penjualan produk atau ke konsumen luas. Memasarkan produk melalui jejaring sosial agar memperkenalkan produk UD Intan Jaya Tulungagung secara luas.

UD Intan Jaya Tulungagung sekarang ini memperkenalkan produknya tidaknya via *offline* tetapi juga via *online* yaitu melalui Whatsapp, Grab, dan Tokopedia agar produknya terkenal hanya bukan di wilayah Kabupaten Tulungagung saja, tetapi seluruh Indonesia.