

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa inovasi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh UMKM Keripik Duyenk telah membawa dampak positif terhadap daya saing dan pertumbuhan usaha. Dengan memanfaatkan strategi pemasaran digital melalui media sosial, pemasaran dari mulut ke mulut (word of mouth), serta penguatan branding, produk ini semakin dikenal oleh konsumen yang lebih luas. Selain itu, kemitraan dengan berbagai pihak, seperti toko oleh-oleh dan pelaku usaha lainnya, turut berperan dalam memperluas jangkauan pasar. Berbagai strategi ini telah membantu meningkatkan penjualan dan memperkuat posisi Keripik Duyenk sebagai produk unggulan dari Desa Legok Kidul.

Namun, meskipun inovasi komunikasi pemasaran ini telah menunjukkan hasil yang positif, masih terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi agar usaha dapat berkembang secara berkelanjutan. Salah satu tantangan utama adalah belum adanya platform e-commerce khusus yang dapat mendukung penjualan secara lebih luas dan sistematis. Dengan kehadiran platform e-commerce, Keripik Duyenk dapat menjangkau pasar yang lebih besar, termasuk konsumen di luar daerah yang tertarik dengan produk ini. Oleh karena itu, diperlukan upaya lebih lanjut dalam pengembangan kanal penjualan digital serta peningkatan kapasitas pelaku usaha dalam mengelola pemasaran berbasis teknologi.

#### 5.2 Saran

Berikut adalah beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk lebih mengoptimalkan strategi komunikasi pemasaran Keripik Duyenk, guna meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Saran-saran ini bertujuan untuk membantu UMKM ini dalam menghadapi tantangan yang ada serta memanfaatkan peluang yang tersedia di pasar yang terus berkembang.

- **Penguatan Konten Digital:** Untuk memaksimalkan potensi media sosial, Keripik Duyenk dapat meningkatkan kualitas konten dengan berbagai variasi, seperti video

pendek yang menunjukkan proses pembuatan keripik, resep atau ide konsumsi produk, dan tutorial interaktif.

- **Optimalisasi Penggunaan WhatsApp Business:** Fitur WhatsApp Business bisa dimanfaatkan lebih maksimal untuk memberikan pelayanan pelanggan yang lebih personal.
- **Peningkatan Kolaborasi dengan Influencer Lokal:** Untuk meningkatkan visibilitas di media sosial, Keripik Duyenk dapat bekerja sama dengan influencer lokal atau food blogger yang memiliki pengikut yang relevan.
- **Penerapan Program Loyalitas:** Untuk membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen, Keripik Duyenk bisa menciptakan program loyalitas yang memberikan keuntungan kepada pelanggan tetap.
- **Pengembangan Kerjasama dengan Mitra Distribusi Lokal:** Meskipun telah ada upaya distribusi melalui platform digital, meningkatkan kerjasama dengan reseller atau distributor lokal di daerah sekitar Legok Kidul dapat membantu memperluas jangkauan pasar fisik. Mitra lokal ini bisa membantu memasarkan produk di pasar-pasar tradisional atau event lokal, sehingga Keripik Duyenk tetap memiliki hubungan yang erat dengan konsumen lokal dan memperkenalkan produk kepada mereka yang mungkin belum terbiasa dengan belanja online.
- **Pelatihan Digital untuk Pemilik UMKM:** Agar lebih efektif dalam memanfaatkan media sosial dan platform digital, pelatihan bagi pemilik dan staf UMKM mengenai teknik pemasaran digital, analitik media sosial, dan pengelolaan konten bisa memberikan dampak positif. Ini juga dapat mempercepat adaptasi terhadap perubahan tren dan teknologi yang ada.
- **Inovasi dalam Produk dan Pengemasan:** Selain fokus pada pemasaran, inovasi produk dan pengemasan tetap penting untuk menjaga daya tarik pasar. Keripik Duyenk dapat mengembangkan varian rasa baru atau mengadaptasi kemasan yang lebih menarik dan ramah lingkungan.

Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan Keripik Duyenk dapat terus berkembang dan tetap relevan dalam pasar yang kompetitif serta mempertahankan loyalitas pelanggan.