

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengalaman konsumen terhadap produk kuliner lokal di market place The Papilion serta strategi manajemen dalam mempertahankan loyalitas dan meningkatkan nilai produk maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Produk kuliner lokal di The Papilion memiliki nilai fungsional yang tinggi. Konsumen merasakan manfaat praktis dari kemasan siap saji yang ramah lingkungan, kualitas rasa yang konsisten dan penyajian yang higienis. Hal ini menjadikan produk tersebut sebagai pilihan ideal bagi konsumen urban yang menginginkan kenyamanan tanpa mengorbankan kualitas.
2. Nilai emosional dari produk kuliner lokal berkontribusi besar terhadap loyalitas pelanggan. Konsumen merasakan nostalgia dan keterikatan personal saat mengonsumsi makanan seperti ikan tongkol asap atau nasi kecombrang, yang mengingatkan pada kampung halaman atau masa kecil. Pengalaman ini menciptakan ikatan emosional yang memperkuat preferensi terhadap produk lokal.
3. Konsumen juga melihat nilai sosial dalam konsumsi produk lokal tersebut. Mereka merasa bangga karena turut mendukung produsen lokal dan pelestarian budaya kuliner Indonesia. Citra positif ini tidak hanya memperkuat identitas merek, tetapi juga menambah kepuasan konsumen secara sosial.
4. Strategi manajemen The Papilion mendukung keberlanjutan dan inovasi produk kuliner lokal. Tim manajemen secara aktif mengelola masukan pelanggan, menjaga kualitas bahan baku, dan melakukan evaluasi rutin untuk memastikan produk tetap relevan dengan preferensi pasar. Mereka juga terbuka terhadap inovasi menu, pengembangan kemasan, dan promosi berbasis digital serta event.

5. Analisis SWOT, IFE, dan EFE menunjukkan bahwa The Papilion memiliki kekuatan internal yang solid dan peluang pasar yang besar. Meskipun terdapat kelemahan seperti harga relatif tinggi dan ancaman dari kompetitor, strategi yang tepat seperti kolaborasi komunitas, ekspansi varian produk serta diferensiasi berbasis nilai budaya dapat meningkatkan daya saing produk kuliner lokal di tengah pasar yang kompetitif.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan konstruktif bagi pengembangan produk kuliner lokal di market place The Papilion:

1. **Perluasan varian menu dan inovasi rasa**
The Papilion disarankan untuk terus berinovasi dalam penyajian menu kuliner lokal dengan menambahkan varian baru yang sesuai dengan preferensi konsumen. Misalnya, menambah menu paket, menambah variasi menu kuliner lokal lainnya, menyediakan pilihan level kepedasan, potongan daging tertentu, atau menu edisi terbatas berbasis daerah tertentu. Hal ini dapat mengurangi kejenuhan konsumen dan menarik minat pasar baru.
2. **Penerapan strategi harga yang fleksibel**
Untuk mengatasi persepsi harga yang relatif tinggi, manajemen dapat mempertimbangkan penawaran dalam bentuk paket hemat, promo musiman, atau sistem bundling. Strategi ini dapat memberikan nilai tambah tanpa harus menurunkan kualitas produk.
3. **Penguatan komunikasi nilai sosial dan keberlanjutan**
Konsumen menunjukkan apresiasi terhadap nilai sosial dan keberlanjutan dari produk yang mereka beli. The Papilion perlu mengoptimalkan strategi komunikasi, baik melalui media sosial, kemasan, maupun storytelling produk, untuk menyampaikan pesan tentang pemberdayaan produsen lokal dan praktik ramah lingkungan secara lebih luas.

4. Peningkatan sistem pelayanan berbasis teknologi

Untuk mendukung kenyamanan konsumen, manajemen dapat mengembangkan aplikasi internal atau sistem digitalisasi pemesanan yang lebih personal, cepat, dan terintegrasi dengan sistem loyalitas pelanggan. Pengembangan ini sejalan dengan perilaku konsumen urban yang mengandalkan kepraktisan dan teknologi dalam aktivitas belanja.

5. Kolaborasi aktif dengan komunitas dan promosi berbasis budaya

The Papilion dapat menjalin kerja sama dengan komunitas pecinta kuliner, influencer lokal, atau event bertema budaya untuk memperluas eksposur produk kuliner lokal. Kegiatan ini tidak hanya memperluas jaringan pasar, tetapi juga memperkuat positioning produk sebagai simbol gaya hidup modern yang tetap menghargai nilai tradisional.

