

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM “demen jajan” melalui Whatsapp berdasarkan konsep 4P yaitu *product, price, place, promotions*. Pada konsep produk atau *product*, UMKM “demen jajan” didapati hasil bahwa UMKM ini menjaga kualitas rasa. Pada konsep harga atau *price*, UMKM “demen jajan” menentukan harga berdasarkan bahan dasar, perlengkapan penunjang serta profit yang dapat diterima oleh para *customer*. Pada konsep tempat atau *place*, UMKM “demen jajan” tidak menggunakan tempat berjualan selain promosi pada Whatsapp. Pada konsep promosi atau *promotions*, UMKM “demen jajan” menggunakan berbagai cara yaitu membuat promo atau potongan harga serta melakukan *personal touch*. Namun, yang mendominasi diantara konsep 4P yakni *promotions*. Pada *promotions* yang dilakukan ada 2 cara yakni potongan harga dan *personal touch*, UMKM “demen jajan” lebih menekankan kepada *personal touch*. *Personal touch* sendiri ialah pendekatan atau sentuhan yang diberikan kepada pelanggan, *personal touch* yang dilakukan yaitu dengan mengirim pesan hangat kepada *customer* serta menawarkan promo produk secara *personal*. Pentingnya *personal touch* bagi UMKM “demen jajan” ini yaitu dapat menjaga hubungan dan komunikasi yang baik dengan para *customer* nya sehingga dapat menarik minat pelanggan dan mempertahankan omset.

5.2 Saran

Sebagai penutup, peneliti sampaikan beberapa saran yaitu, agar UMKM “demen jajan” dapat menggunakan media sosial lainnya untuk lebih meningkatkan omset dan dikenal masyarakat. Kemudian, agar UMKM “demen jajan” lebih berinovasi dalam bentuk kemasan dan logo. Peneliti juga menyarankan terhadap UMKM “demen jajan” agar terus berinovasi dalam penciptaan produk terutama konten yang dibuat untuk mempromosikan

produknya. Hal ini tentunya akan lebih menarik minat pelanggan. Peneliti juga berharap UMKM “demen jajan” dapat memberikan lebih banyak lagi promo serta dapat memanfaatkan toko-toko makanan sebagai tempat promosi, sehingga produk “demen jajan” lebih mudah lagi ditemui.

