

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai strategi pengembangan usaha pada UMKM Kerupuk & Kemplang Bintang Baru melalui perancangan pemasaran *digital (digital marketing)*, bisa disimpulkan bahwa :

1. Terdapat 3 aspek yang berpengaruh pada UMKM Kerupuk & Kemplang Bintang Baru :
 - a. Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia menjadi salah satu faktor penentu dalam berjalannya suatu usaha, dengan adanya tenaga kerja/karyawan dalam menjalankan usaha ini Kerupuk & Kemplang Bintang Baru memiliki 7 orang karyawan dengan pekerjaannya seperti, menggiling adonan, membentuk adonan, mengoreng adonan, serta mengeringkan adonan, maka akan mempermudah proses dalam penjualan dan produksi.
 - b. Aspek Keuangan

Usaha ini memiliki sumber daya keuangan yang mencukupi untuk mendukung kegiatan produksi, pembelian bahan baku, pembayaran gaji karyawan, dan kebutuhan operasional lainnya.
 - c. Aspek Produksi

Proses produksi melibatkan berbagai tahap, mulai dari pengolahan bahan baku, penggorengan, hingga pengemasan produk jadi. Proses produksi yang baik melibatkan pemilihan bahan baku berkualitas, penggunaan resep yang tepat, serta pengawasan mutu yang ketat selama seluruh proses produksi.

Media sosial yang digunakan pada perancangan digital marketing Kerupuk & Kemplang Bintang Baru yaitu, Instagram, Facebook, Whatsapp Business, Website, Linktree. Di antara kelima akun media sosial tersebut terdapat akun yang paling banyak dilihat, yaitu akun Instagram dengan jumlah pengikut sebanyak 406 pengikut. Akun Instagram ini langsung terhubung ke Whatsapp Business yang memudahkan konsumen untuk melakukan pembelian, ada beberapa konsumen yang memesan melalui Whatsapp Business dan DM Instagram.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas dapat diperoleh saran sebagai berikut :

1. Kerupuk & Kemplang Bintang Baru harus menjaga kualitas produk dan pelayanan agar minat konsumen terhadap produk mereka tetap tinggi. Selain itu, penting bagi mereka untuk tetap mempertahankan kemasan dan harga yang sesuai agar penjualan dapat meningkat dan menjangkau berbagai wilayah serta segmen konsumen. Perancangan digital marketing perlu terus menggunakan media sosial yang sudah dibuat dengan rutin berbagi postingan dan menciptakan konten menarik yang dapat menarik minat konsumen dan meningkatkan jangkauan akun di platform media sosial.