

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan informasi yang telah dilakukan pada penulisan di Lavanda Brownies Karawang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Lavanda Brownies Karawang merupakan salah satu UMKM di Karawang yang menjalankan bisnis dengan mengandalkan *digital marketing*. Dari awal mula pemilik Lavanda Brownies Karawang membuka bisnis pada tahun 2011 dengan menjalankan usaha individu tanpa tenagakerja sampai saat ini yang sudah memiliki banyak karyawan dengan memanfaatkan *digital marketing*. Pemilik Lavanda Brownies Karawang menyampaikan bahwa dengan adanya *digital marketing* peningkatan penjualan sangat dirasakan.
2. Persepsi pemilik Lavanda Brownies Karawang terhadap *digital marketing* adalah teknologi membuat para pelaku usaha lebih mudah memasarkan atau menjual produknya. Dengan adanya perubahan perilaku tersebut menyebabkan persaingan yang ketat mau tidak mau membuat pelaku bisnis harus bisa beradaptasi dengan cepat. Menurut Pemilik Lavanda Brownies Karawang *digital marketing* hal yang lebih efektif dan murah dibandingkan dengan pemasaran konvensional. Pemasaran digital tidak membutuhkan biaya, tetapi dalam menjalankan pemasaran digital pemilik toko harus menggunakan foto yang menggambarkan produk yang menarik. Dalam biaya kisaran Rp. 400.000 sampai Rp. 500.000 tergantung banyaknya, ukuran, jenis kertas. Keterbatasan yang ada pada *digital marketing* adalah pembisnis yang menggunakan *digital marketing* harus bisa membuat foto yang bagus dan unik untuk menarik konsumen.
3. Upaya pemilik Lavanda Brownies Karawang dalam menjalankan *digital marketing* adalah menjalankan pemasaran dengan dua strategi, yaitu pemasaran konvensional dan pemasaran digital adalah pilihan pemilik Lavanda Brownies Karawang. Walaupun sudah menggunakan pemasaran digital menurut pemilik Lavanda Brownies Karawang tidak semua konsumen yang menggunakan aplikasi internet, sehingga Pemilik Lavanda Brownies

Karawang juga menjalankan pemasaran konvensional agar semua kalangan dapat melihat promosi Lavanda Brownies Karawang.

4. Peran aplikasi internet untuk pemasaran kuliner pada Lavanda Brownies Karawang adalah sebagai alat yang digunakan untuk pertukaran informasi. Pemilik Lavanda Brownies Karawang merasa sangat berpengaruh baik dengan adanya aplikasi internet untuk menjalankan digital marketing.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, penulis merekomendasikan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Lavanda Brownies perlu melakukan studi banding dengan toko khas oleh-oleh di daerah lain terutama toko yang eksistensinya diakui untuk mempelajari digital marketing yang digunakan dan kemudian diterapkan dengan tetap menonjolkan kekhasan dari Lavanda Brownies.
- b. Lavanda Brownies perlu memperluas penjualan produknya, seperti membuka toko dikota lain selain Karawang. Hal tersebut agar Lavanda Brownies Karawang lebih dikenal dari sebelumnya.
- c. Menjadikan salah satu *public figure* untuk menjadi *brand ambassado*, dengan adanya *brand ambassador* produk Lavanda Brownies Karawang akan dipromosikan olehnya sehingga orang-orang yang menyukai atau yang mengaguminya akan mendapatkan informasi tentang produk Lavanda Brownies Karawang.
- d. Pemilik Lavanda Brownies Karawang membuka peluang usaha bagi orang lain, yaitu membuat *reseller* untuk produknya.