

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan dari penjelasan yang sudah diuraikan diatas mengenai strategi branding dan marketing dalam mempopulerkan makanan baru sebagai oleh-oleh khas daerah, maka penulis mengemukakan beberapa hal yang dapat disimpulkan. Terkait dari empat buah pertanyaan yang dipaparkan dalam tujuan penelitian:

Pertama yaitu merumuskan branding yang tepat untuk membangun citra merek keripik daun kelor yang unik, menarik, dan mencerminkan kearifan lokal Bengkulu, pada penelitian ini penulis menemukan bahwa inovasi terbaru tentang daun kelor yang diolah menjadi makanan lalu di buat menjadi oleh-oleh khas bengkulu sangat menarik untuk menjadi khas lokal kota Bengkulu. Walaupun masih banyak masyarakatnya yang belum mengetahui oleh-oleh ini maka dibuatlah pemasaran yang menarik.

Kedua yaitu mendesain elemen-elemen branding logo, kemasan, dan tagline yang mengintegrasikan ciri khas Bengkulu, awal mula pembuatan keripiki daun kelor oleh bu rika masih menggunakan kemasan biasa dan hanya menempelkan logo saja. Lalu seiring waktu berjalan maka terjadi perubahan mengenai kemasan yang semakin menarik dan elegan, hal ini menunjukkan bahwa makanan yang belum diketaui olah banyak orang juga memiliki branding yang tak kalah dengan oleh-oleh lainnya , tak lupa juga logo khas Bengkulu yaitu bunga rafflesia menjadi ikon bahwa oleh-oleh tersebut merupakan makanan khas Bengkulu.

Ketiga yaitu merumuskan strategi online yang efektif dengan pemanfaatan media sosial, dan e-commerce untuk memperkenalkan keripik daun kelor kepada target pasar yang luas, pada penjualan keripik daun kelor bu rika sebagai owner akilah2r juga memperkenalkan makanannya melalui media sosial seperti: Instagram, Facebook,Whatsapp, Shopee. Hingga penjualan pernah mencapai targetnya hingga keluar kota Bengkulu, akan tetapi terjadi kendala pada saat penjualan melalui Shopee yaitu mengenai pembelian yang hanya sedikit dan minimnya kemasan yang belum sesuai.

Keempat yaitu merumuskan pemasaran offline Kerjasama dengan toko-toko, partisipasi dalam event lokal untuk menjangkau target pasar lokal di Bengkulu. Bu Rika juga memiliki beberapa Kerjasama (reseller) kepada beberapa toko seperti: Syarah bakery, Toko oleh-oleh jaya rasa, toko oleh-oleh yang ada di dalam bandara fatmawati Bengkulu, hal tersebut dapat meningkatkan citra merk dan pengenalan secara lebih luas lagi kepada masyarakat.

Pada penelitian ini penulis mengucapkan permintaan maaf jika terdapat banyak kekurangan di skripsi ini yang belum memenuhi standarnya.

5.2 SARAN

Adapun saran-saran untuk peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Bagi pemilik produksi keripik daun kelor semoga kedepannya dapat memberi strategi pemasaran yang tepat pada penjualan secara online
2. Bagi masyarakat Kota Bengkulu harus memiliki ide untuk berkreasi dan mengembangkan produk baru agar dapat memberi peluang pekerjaan dan meningkatkan UMKM
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengeksplor lebih banyak tentang budaya khas Bengkulu agar memiliki citra yang baik
4. Bagi pengusaha UMKM yang ada di Bengkulu tetap mempertahankan budaya khas oleh-olehnya