

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pemasaran UKM Berbinar pada kegiatan Jualan Sabtu di Kabupaten Bengkulu Tengah, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

- 1 Strategi pemasaran yang diterapkan oleh pelaku UKM Berbinar pada dasarnya telah mencakup beberapa unsur dalam bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Pada aspek produk, pelaku usaha menawarkan berbagai jenis kuliner dan kerajinan yang mempunyai karakteristik serta keunikan masing-masing, sehingga dapat meningkatkan daya tarik bagi konsumen. Dari aspek harga, produk dipasarkan dengan harga yang relatif bersaing dan disesuaikan dengan daya beli masyarakat, sehingga mampu menjangkau konsumen dari berbagai kalangan. Sementara itu, dari aspek tempat, lokasi kegiatan tergolong strategis karena berada di kawasan yang mudah diakses oleh masyarakat. Namun demikian, masih terdapat beberapa kendala pada fasilitas pendukung, terutama ketersediaan lahan parkir dan tempat duduk. Pada aspek promosi, kegiatan pemasaran masih banyak mengandalkan rekomendasi dari konsumen secara langsung (*word of mouth*), sedangkan penggunaan media sosial serta berbagai platform pemasaran digital masih belum dimanfaatkan secara maksimal.

- 2 Strategi Peningkatan Pemasaran UKM Berbinar

Berdasarkan analisis SWOT, posisi UKM Berbinar berada pada Kuadran I,

dengan strategi yang paling unggul adalah strategi SO (Strength-Opportunity), yang memperoleh nilai tertinggi, yaitu 3,95.

Adapun rekomendasi strategi peningkatan pemasaran yang dapat diajukan meliputi:

Mengoptimalkan keunikan produk lokal khas Bengkulu serta harga yang terjangkau sebagai nilai jual utama. Pelaku UKM Berbinar perlu mempertahankan keunikan produk lokal melalui cita rasa, bahan baku, desain, dan kemasan yang mencerminkan identitas Bengkulu. Harga juga perlu tetap kompetitif dan disesuaikan dengan daya beli konsumen agar mampu menjangkau berbagai kalangan.

1. Memanfaatkan lokasi yang strategis dan kegiatan hiburan pendukung untuk meningkatkan kunjungan.

Lokasi yang mudah dijangkau perlu dimanfaatkan dengan menyelenggarakan kegiatan seperti pertunjukan musik, kesenian daerah, bazar, atau acara tematik. Kegiatan tersebut dapat meningkatkan daya tarik bagi masyarakat lokal maupun wisatawan dari luar daerah.

2. Meningkatkan promosi melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook.

Promosi dapat dilakukan melalui konten berupa foto produk, video kegiatan, informasi produk, dan testimoni konsumen. Konten perlu dibuat menarik, kreatif, mengikuti tren, serta dipublikasikan secara konsisten agar jangkauan pemasaran semakin luas.

3. Menjalin kemitraan dengan pemerintah daerah dan komunitas lokal.

Kerja sama dapat dilakukan melalui kegiatan bersama, pameran, bazar,

maupun festival daerah. Kemitraan tersebut diharapkan dapat memperluas jaringan pemasaran sekaligus meningkatkan dukungan terhadap perkembangan UKM Berbinar.

4. Meningkatkan kualitas fasilitas pendukung bagi pengunjung.

Perbaikan fasilitas seperti tempat duduk, area parkir, tenda, kebersihan, dan tata letak lokasi perlu dilakukan untuk menciptakan kenyamanan pengunjung. Fasilitas yang memadai dapat meningkatkan pengalaman dan mendorong kunjungan ulang.

5. Melakukan inovasi produk secara berkelanjutan sesuai perubahan preferensi konsumen.

Inovasi dapat dilakukan melalui penambahan varian produk, peningkatan kualitas, pengembangan kemasan, serta penyesuaian dengan tren pasar. Masukan konsumen juga perlu dijadikan bahan evaluasi agar produk tetap menarik dan mampu bersaing.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

1. Bagi para pelaku usaha UKM Berbinar, disarankan agar senantiasa melakukan pembaruan inovasi produk, mempertahankan konsistensi kualitas, menyempurnakan aspek visual kemasan, serta mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai instrumen promosi yang lebih efektif guna memperluas cakupan jangkauan konsumen.
2. Bagi pengelola kegiatan Jualan Sabtu dan Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah, diharapkan untuk meningkatkan kualitas prasarana pendukung, meliputi ketersediaan lahan parkir, fasilitas tempat duduk, serta berbagai sarana penunjang lainnya. Lebih lanjut, diperlukan intervensi berupa pelatihan pemasaran digital, program pendampingan usaha, dan strategi promosi yang lebih intensif agar UKM Berbinar dapat meningkatkan popularitasnya hingga ke luar wilayah Kabupaten Bengkulu Tengah.
3. Bagi peneliti selanjutnya, direkomendasikan untuk memperluas cakupan kajian mengenai strategi pemasaran UMKM dengan mengadopsi metode atau pendekatan yang bervariasi, memperbanyak jumlah responden, serta mengintegrasikan variabel-variabel tambahan seperti kepuasan pelanggan, loyalitas konsumen, pemasaran digital, atau kualitas pelayanan, sehingga hasil penelitian yang diperoleh mampu menyajikan gambaran yang lebih holistik dan komprehensif