

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan interpretasi yang telah diuraikan, maka penulis mengambil kesimpulan yaitu penerapan komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan oleh pelaku UMKM Jajanan Khas di Kelurahan Lumpur Kecamatan Gresik Kabupaten Gresik yaitu menggunakan strategi periklanan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, hubungan masyarakat, pemasaran langsung dan berita mulut ke mulut. Sedangkan penerapan komunikasi pemasaran terpadu yang efektif bagi pelaku UMKM Jajanan Khas adalah strategi periklanan dan berita mulut ke mulut. Aktifitas pemasaran tidak pernah lepas dalam menjalankan kegiatan usaha. Pelaku usaha harus bisa memilih strategi yang tepat sesuai kemampuan dan tujuan usaha. Pelaku UMKM Jajanan Khas di Kabupaten Gresik memiliki strategi pemasaran dengan keunggulan masing - masing dalam menarik konsumen lokal dan pendatang. Pada umumnya aktifitas pemasaran dimulai dengan memperkenalkan *branding*, membangun jaringan pemasaran, meningkatkan keputusan pembelian dan membangun loyalitas pelanggan.

Peran pemerintah dalam mengembangkan aktifitas pemasaran pelaku UMKM Jajanan Khas di Kelurahan Lumpur Kecamatan Gresik Kabupaten Gresik harus disesuaikan dengan kondisi pemasaran yang sudah diterapkan oleh banyak pelaku usaha. Pembangunan gapura sebagai identitas pintu masuk lokasi sentra usaha, dinilai efektif untuk mendukung aktifitas pemasaran yang dilakukan pelaku usaha. Identitas usaha tersebut bersifat general karena setiap pelaku usaha sudah

mempunyai identitas dan *branding* untuk setiap toko usahanya. Selain itu pembinaan dalam mengembangkan aktifitas komunikasi pemasaran terpadu bagi pelaku usaha dapat dilakukan dengan memberikan contoh aplikasi strategi pemasaran yang lain. Mengamati salah satu contoh pelaku usaha yang berhasil menggunakan strategi komunikasi pemasaran terpadu yang belum dilakukan pelaku usaha dengan *output* peningkatan hasil penjualan, kekuatan *branding* dan perluasan jaringan pemasaran, akan menjadi pembinaan efektif dan mudah diaplikasikan oleh pelaku usaha yang lain.

Konsumen membawa peranan penting dalam penerapan aktifitas pemasaran terpadu yang dilakukan oleh pelaku usaha Jajanan Khas di Kelurahan Lumpur Kecamatan Gresik Kabupaten Gresik, karena berhubungan langsung dengan keputusan pembelian. Konsumen memiliki kriteria khusus dalam menentukan pilihan sesuai dengan selera masing-masing. Tujuan pembelian didukung oleh pengaruh besar dalam aktifitas komunikasi pemasaran yang diterapkan pelaku usaha dengan berbagai strategi yang mampu menjadi alternatif pilihan bagi konsumen. Konsumen juga bisa menjadi sarana promosi dengan strategi berita mulut ke mulut yang efektif. Langkah awal yang mendukung hal tersebut adalah strategi penerapan komunikasi pemasaran terpadu efektif untuk menarik konsumen agar diberitakan kepada konsumen lain. Sehingga secara otomatis akan memperluas jaringan pemasaran, mempercepat keputusan pembelian dan menciptakan kepuasan pelanggan dengan aktifitas pembelian yang berkelanjutan.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian, maka dapat diajukan rekomendasi sebagai berikut :

1. Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gresik :  
melakukan pembinaan aktifitas pemasaran dengan media internet dan media sosial, pengembangan desain kreatif periklanan yang sudah digunakan dengan membangun desain logo dan nama usaha dan membangun tugu atau identitas di lokasi masuk sentra UMKM Jajanan Khas di Kelurahan Lumpur Kecamatan Gresik Kabupaten Gresik
2. Kelurahan Lumpur : menyediakan sarana pengembangan komunikasi pemasaran melalui internet dan media sosia di portal resmi atau website yang berisi informasi dan produk yang dijual oleh UMKM Jajanan Khas di Kelurahan Lumpur Kecamatan Gresik Kabupaten Gresik
3. Pelaku UMKM Jajanan Khas di Kelurahan Lumpur Kecamatan Gresik Kabupaten Gresik : Para pelaku usaha lebih kreatif dan inovatif dalam mengembangkan strategi komunikasi pemasaran pada periklanan, dilakukan dengan menciptakan desain promosi berupa logo dan identitas toko usaha yang lebih menarik.
  - a. UMKM Roso Utomo : nama sudah menunjukkan ciri usaha yang mengedepankan kualitas produk, untuk logo usaha bisa dibuat logo RU
  - b. UMKM Cita Rasa : nama sudah menunjukkan ciri usaha yang menciptakan variatif olahan pudak yang dibuat, untuk logo bisa dibuat CIRA

c. UMKM Muzanah : nama sudah menunjukkan ciri usaha yang menciptakan nama sendiri produk, untuk logo bisa dibuat alternatif lain selain gambar ikan karena produk yang dijual sangat bervariasi

Membangun kekuatan *branding* pada strategi penerapan komunikasi pemasaran dengan berita mulut ke mulut, dengan menciptakan penilaian prima pada setiap konsumen dengan mengenal merek yang dibuat